الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي بالأغواط



كلية العلوم الاقتصادية،والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم

تخصص: علوم التسيير

نوقشت يوم :24-05-2014

الموضوع

آليات ترقية السياحة في الجزائر وآثارها على التنمية المستدامة

من إعداد الطالبة:

-دولي سعاد

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:

- محمد قويدري

أعضاء اللجنة

أ.د: محمد فرحي	أستاذ	جامعة الأغواط	رئيساً
أ.د: محمد قويدري	أستاذ	جامعة الأغواط	مقرراً
أ.د: عبد المجيد قدي	أستاذ	جامعة الجزائر3	مناقشاً
أ.د: محمد بن بوزيان	أستاذ	جامعة تلمسان	مناقشاً
د: محمود فوزي شعوبي	أستاذ محاضر (أ)	جامعة ورقلة	مناقشاً
د: ميلود زيد الخير	أستاذ محاضر (أ)	جامعة الأغواط	مناقشاً

السنة الجامعية 2014/2013

This is trial version
www.adultpdf.com

إهداء

إلى أمي وأبي

وإلى كل من قدم لي يد المساعدة

من قريب آو من بعيد.

وإلى أبو سلسبيل وكوثر .

بالإضافة إلى عائلة دولي وعائلة طابب وعائلة سليماني.

و إلى شهداء وشرفاء وطني الحبيب الجزائر.

This is trial version
www.adultpdf.com

تشكرات

أتقدم بالحمد والشكر لله سبحانه وتعالى، الذي وفقني لإنجاز هذا العمل المتواضع.

ثم أتقدم للأستاذ المشرف:قويدري محمد،بأسمى عبارات الشكر والتقدير، على كل المجهودات المبذولة، كما أتقدم إلى كل العاملين بجامعة الأغواط، على التسهيلات التي قدموها، وعلى حسن ضيافتهم.

وأتقدم بالشكر الجزيل للجنة التي قامت بتقييم هذا العمل المتواضع، آملة في أن يجازيهم الله عنا خير جزاء.

كما أتقدم بالشكر لكل العاملين بجامعة بشار،وإلى الأستاذ : طبوش جلول .

This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

الفهـــــــرس

الإهداء والشكر	
الملخص	
الفهرس.	VI - I
قـــائمة الجـــداول.	III
قـــائمة الأشكـــال.	V
قـــائمة المـــلاحق.	VI
المقدمـــة العـــامة.	أ - ح
الفصـــــل الأول: الإطـــار المفـــاهيمـــي للتنميـــة السيـــاحيـــة المستدامـــة.	01 – 49
تـــمهيـــد الـــفصـــل الأول.	01
المبحـــث الأول : المفـــاهيـــم الأســـاسيـــة للسيـــاحـــة وأهميتهـــا.	02
المطلب الأول: مفهوم السياحة.	02
المطلب الثاني: تطور النشاط السياحي بالجزائر.	10
المطلب الثالث: أهمية قطاع السياحة.	13
المطلب الرابع: التخطيط، والتسويق السياحي.	15
المبحـــث الثـــاني: محـــددات الـــتنميـــة السيـــاحيـــة المستدامـــة.	24
المطلب الأول: مفاهيم حول التنمية السياحية.	24
المطلب الثاني: شروط التنمية السياحة.	31
المطلب الثالث: مؤشرات التنمية السياحية المستدامة.	35
المطلب الرابع: إنعكاسات الأزمة المالية (2008– 2009) على قطاع السياحة.	43
خـــــــــلاصة الفصـــــــــل الأول.	49
الفصـــل الثـــاني: البرامـــج السيـــاحيـــة ضمن المـــخططـــات المـــتنمويـــة في الجـــزائـــر.	50 – 98
تـــمهيـــد الـــفصـــل الثـــاني.	50
المبحث الأول: تحليل، وتقييم مختلف البرامج السياحية ضمن المخططات التنموية (1967- 2004).	51
المطلب الأول: الفترة (1967– 1979).	51
المطلب الثاني: الفترة (1980– 1989).	58
المطلب الثالث: الفترة (1990– 2000).	64
المطلب الرابع: الفترة (2000– 2004).	69
المبحـــث الثـــاني : واقـــع الســـوق الســـيـــاحي في الجـــزائـــر.	75
المطلب الأول أهم المنتجات السياحية في الجزائر.	75
المطلب الثاني: سوق السياحة في الجزائر.	78
المطلب الثالث : الأسواق الرئيسية المنافسة للسياحة الجزائرية (تونس والمغرب).	86
المطلب الرابع: تأثير أزمات دول الجوار على السوق السياحي في الجزائر.	96
خـــــــــلاصة الفصـــــــــل الثـــاني.	98

This is trial version
www.adultpdf.com

الفصـــل الثـــالـــث: أدوات السيـــاســـة السيـــاحيـــة المعتمدة في تحقيق التنميـــة الـــمستدامـــة.	146 – 99
تـــمهيـــد الـــفصـــل الثـــالـــث.	99
المـــبحـــث الأول: السيـــاســـة السيـــاحيـــة في الجـــزائـــر.	100
المطلب ا الأول :التحوُّل نحو القطاع السياحي في الجزائر.	100
المطلب الثاني: أدوات تنفيذ سياسة التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.	104
المطلب الثالث: المنتجات السياحية، والقطاعات الواجب تنميتها.	111
المطلب الرابع : أدوات التنمية السياحية المستدامة من واقع تجربة الأردن.	119
المـــبحـــث الثـــاني إستـــراتيجيـــة التنميـــة السيـــاحيـــة آفـــاق (2013).	128
المطلب الأول :كيفية وضع خطة إستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة.	128
المطلب الثاني واقع قطاع السياحة في الجزائر(2004–2007).	132
المطلب الثالث: أهداف إستراتيجية التنمية السياحية آفاق (2013).	134
المطلب الرابع: الأدوات والوسائل المساعدة في ترقية السياحة.	136
المطلب الخامس: نتائج استراتيجية التنمية السياحية أفاق 2013 .	143
خـــــــــلاصة الفصـــــــــل الثـــالـــث.	146
الفصـــل الرابع: إنعكاسات التنمية السياحية على التنمية المستدامة، ضمن المخطط التوجيهي (2030).	199 –147
تـــمهيـــد الـــفصـــل الـــرابـــع.	147
المـــبحث الأول : إسترتيجية التنمية المستدامة، إسناداً للمخطط التوجيهي لتهيئة السياحية (2030).	148
المطلب الأول: خطة الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.	148
المطلب الثاني : الحركيات الخمس للتفعيل السياحي للجزائر.	155
المطلب الثالث: مراحل تنفيذ، وتقييم المخطط التوجيهي أفاق (2030).	160
المطلب الرابع : معوقات ومبادئ التنمية السياحية.	165
المـــبحـــث الثـــاني : أثـــر آليـــات الترقيـــة السيـــاحـــيـــة على التنميـــة المستدامـــة .	170
المطلب الأول : الآليات المقترحة لتنمية السياحية المستدامة في الجزائر.	170
المطلب الثاني: آثار الترقية السياحية على البيئة.	176
المطلب الثالث: آثار الترقية السياحية على التنمية الإجتماعية.	183
المطلب الرابع: آثار الترقية السياحية على التنمية الإقتصادية.	190
خـــــلاصـــــة الـــفصـــــل الـــرابـــع	199
الخـــــــــاتمـــــــــة الـــــعـــــامـــــة.	205 –200
قـــــائـــمـــة المـــراجـــع.	218–206
المـــــــلاحق.	

This is trial version
www.adultpdf.com

قـــــائـــــمـــــة الجـــداول.

رقم الجدول	العنـــوان.	الصفحـــة
01	معايير أنماط السياحة، وأنواعها المختلفة.	07
02	توزيع طاقات الإيواء على حسب طبيعة المنتج السياحي سنة (1962).	11
03	المقارنة بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية السياحية التقليدية.	29
04	مؤشرات التنمية المستدامة وفق لجنة التنمية.	37
05	مؤشرات السياحة المستدامة.	39
06	معايير التقييم من أجل تنمية مستدامة.	42
07	عدد السياح الوافدين في السياحة الدولية للبلدان العشر الأوائل (2010).	46
08	عدد السياح الوافدين في السياحة الدولية للبلدان العشر الأوائل (2012).	47
09	العوائد حسب العشر دول الأولى (2012).	48
10	توزيع الإستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الثلاثي (1967-1969).	51
11	توزيع الأسرة المبرمجة حسب أنواع المحطات خلال المخطط الثلاثي (67 - 69).	52
12	توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال (1970- 1973).	53
13	عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط الرباعي الأول حسب نوع المنتج السياحي.	54
14	توزيع الميزانية على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي الثاني.	55
15	توزيع طاقات الإيواء السياحي خلال الفترة (74- 78) حسب نوع المنتج السياحي.	56
16	عدد لأَسِرَّة حسب نوع المنتج (1967- 1979).	57
17	توزيع المشاريع السياحية حسب نوع المنتج خلال (1980- 1984).	58
18	توزيع طاقات الإيواء السياحي خلال الفترة (1980- 1989).	60
19	تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة: (1985-1989).	61
20	عدد الطلبة المكونين في المعاهد والمراكز السياحية خلال الفترة (1985-1989).	62
21	تطور عمال القطاع السياحي خلال الفترة (1984-1989).	63
22	مقارنة عدد السياح الوافدين إلى دول تونس والمغرب والجزائر للفترة (1997-2000).	64
23	المداخيل بالعملة الصعبة لقطاع السياحة خلال (1990-2000).	65
24	توزيع طاقات الإيواء حسب الدرجة سنة (2000).	66
25	توزيع طاقات الإيواء حسب المنتج السياحي.	67
26	تطور عدد عمال القطاع السياحي العمومي (1990-1999).	68
27	عدد العمال في القطاع السياحي لسنة (1999) لكل من المغرب وتونس والجزائر.	68
28	تدفقات السواح ما بين سنة (2000/2004).	69
29	مقارنة دخول السياح إلى دول المغرب العربي خلال سنة (2004).	70
30	ميزان المدفوعات « عمليات الأسفار والخدمات » .	71

This is trial version
www.adultpdf.com

تـــــــابع قـــــــائـــــــمـــــــة الجـــداول.

31	توزيع الفنادق حسب الأصناف خلال الفترة (2001-2003).	72
32	توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب الفئة.	73
33	عدد السياح الوافدين لتونس، المغرب والجزائر (2012).	78
34	البلدان المصدر للسياح الأجانب حسب ترتيب الأهمية (2012).	79
35	أهم البلدان التي يقصدها الجزائريون حسب ترتيب الأهمية (2012).	80
36	ترتيب البلدان الوجهة الخاصة بالجزائريين.	81
37	تطور القيمة المضافة مقارنة بأرقام الأعمال في فرع الفندقة، المقاهي، المطاعم.	82
38	حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام خلال سنة (2003 / 2012).	84
39	عدد السياح الوافدين (2010 / 2012).	87
40	تطور المداخيل التونسية من (2010/ 2012).	87
41	الأحواض الكبرى لزبائن السياحة التونسية.	88
42	عدد السياح الوافدين (2010/ 2012).	92
43	تطور المداخيل المغربية: من (2010/2012).	92
44	الأحواض الكبرى لزبائن السياحة المغربية.	93
45	مؤسسات التكوين السياحي.	106
46	سياحة الاستجمام الساحلية والمتوسطية.	111
47	عدد الوافدين (2010-2012).	126
48	الإيرادات السياحية (2010-2012).	126
49	تطور الايرادات والنفقات السياحية خلال الفترة (2004-2008).	133
50	تطوير الإستثمار في قطاع السياحة لفترة (2002 -2012).	143
51	التقديرات المالية لفترة (2007-2015).	151
52	عدد المشاريع في الأقطاب السياحية لإمتياز.	152
53	جدول يوضح الطاقة الفندقية لأقطاب السبعة.	157
54	المشاريع التي شرع في إنجازها و التي في طريق الإنطلاق.	163
55	القرى السياحية المرد إنجازها في إطار المخطط التوجيهي (2030).	163
56	مصفوفة أنسوف.	175
57	بعض الأنشطة السياحية المؤثرة سلباً على البيئة وأساليب مواجهتها.	178
58	المحميات الطبيعية في الجزائر.	181
59	عدد الفنادق على حسب ملكية القطاع لعام (2012).	189
60	تطور العمالة في القطاع الفندقي، المقاهي و المطاعم (2007 - أفريل 2013).	191
61	عدد الأسرة حسب التصنيف لسنة (2012).	195
62	عدد الأسرة حسب نوع النشاط لسنة (2012).	196

This is trial version
www.adultpdf.com

قـــــائـــــمـــــة الأشكـــال.

رقم الشكل	العنـــوان	الصفحـــة
01	نسب توزيع الأسرة على حسب طبيعة المنتج السياحي لسنة (1962).	11
02	الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة.	30
03	متطلبات الإدارة السياحية المستدامة.	30
04	المحاور الإستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة.	31
05	معايير التنمية السياحية المستدامة.	38
06	تطبيق معايير التنمية المستدامة.	43
07	عدد السياح الوافدين في السياحة الدولية للبلدان العشر الأوائل (2010).	46
08	عدد السياح الوافدين في السياحة الدولية للبلدان العشر الأوائل (2012).	47
09	العوائد حسب العشر دول الأولى (2012).	48
10	توزيع المبالغ المخصصة لكل قطاع خلال المخطط الثلاثي.	52
11	مقارنة عدد الأسرة المبرمجة بالمنجزة خلال المخطط (1967-1969).	52
12	توزيع الإستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي.	53
13	عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط الرباعي الأول على حسب المنتج السياحي.	54
14	المبالغ المخصصة خلال المخطط الرباعي الثاني (مليون دج).	55
15	عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط على حسب المنتج السياحي.	56
16	عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط على حسب المنتج السياحي.	57
17	عدد المشاريع حسب نوع المنتج السياحي.	59
18	عدد الأسرة حسب نوع المنتج السياحي.	59
19	عدد الأسرة حسب القطاع ونوع المنتج.	61
20	تطور الإيرادات السياحية خلال المخطط الخماسي الثاني.	62
21	تطور عمال القطاع السياحي حسب أصناف العمال خلال المخطط الخماسي الثاني.	63
22	مقارنة عدد السياح الوافدين إلى تونس والمغرب، والجزائر للفترة (1997-2000).	64
23	المداخيل بالعملة الصعبة لقطاع السياحة خلال (1990- 2000).	65
24	توزيع عدد الفنادق حسب درجة التصنيف لسنة (2000).	66
25	توزيع عدد الفنادق حسب نوع المنتج السياحي.	67
26	مقارنة دخول السياح إلى دول المغرب العربي خلال سنة (2004).	70
27	توزيع الفنادق والمؤسسات حسب درجة التصنيف.	72
28	توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب الفئة.	73
29	توزيع عدد السواح الوافدين إلى الجزائر.	79

This is trial version
www.adultpdf.com

تـــابـــع قـــائـــمـــة الأشكـــال.

30	البلدان المصدرة للسياح الأجانب حسب ترتيب الأهمية لسنة (2012).	80
31	ترتيب البلدان الوجهة الخاصة بالجزائريين.	81
32	تطور الميزان السياحي بين سنة (2003) – (2011).	82
33	تطور القيمة المضافة بين سنة (1999 / 2005).	83
34	حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام.	84
35	تطور عدد الوافدين إلى تونس من (2010 / 2012).	87
36	تطور المداخيل التونسية من (2010 / 2012).	87
37	أهم محاور الإستراتيجية لسياحة التونسية.	89
38	تطور عدد الوافدين إلى المغرب من (2010) إلى (2012).	92
39	تطور المداخيل المغربية من (2010) إلى (2012).	92
40	أهم المحاور الإستراتيجية للسياحة المغربية.	94
41	الهيكل التنظيمي لمديريات السياحة والصناعات التقليدية في الجزائر.	110
42	رسم منهجية لتفعيل القرارات المتعلقة بانجاز المشاريع السياحية.	129
43	نموذج عن مخطط جهاز التشاور المحلي عند إقامة مشروع سياحي.	129
44	تطور الايرادات والنفقات السياحية خلال الفترة (2004–2008).	134
45	عدد المشاريع في ستة أقطاب السياحية لإمتياز.	152
46	المنتج السياحي الذي تركز عليه تنمية أقطاب الإمتياز أفاق (2030).	156
47	هدف تحقيق التكامل بين القطاع العام والخاص.	159
48	عدد الفنادق على حسب القطاع لعام (2012).	189
49	عدد الأسرة حسب التصنيف لسنة (2012).	195
50	عدد الأسرة حسب نوع النشاط لسنة (2012).	196

قـــائـــمـــة المـــلاحـــق

رقم الملحق	البيان
01	آفاق السياحة الدولية 2030.
02	المخطط الوطني لتهيئة الإقليم و التنمية المستدامة.
03	الأقطاب السياحية للإمتياز.
04	علاقة قطاع السياحة مع القطاعات المنتجة.

This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

تمهيد

تعد السياحة نشاطاً اقتصادياً، ذا تأثير إيجابي على جوانب كثيرة: إقتصادية، وإجتماعية، وثقافية، من خلال تعزيز معدلات النمو الإقتصادي، وزيادة مستويات الدخل، وتحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة، وتحفيز إستثمارات القطاع الخاص في البنية التحتية، ومرافق الخدمات السياحية؛ بالإضافة إلى كونها مرتكزاً للحفاظ على الموروث الثقافي، لأي مجتمع، المادي منه وغير المادي. كما يمكن النظر إليها بمثابة جسر يربط بين الشعوب ، والحضارات، ويعمل على تعزيز الترابط الإنساني ، والثقافي ، وتحقيق الإنفتاح المرغوب فيه على الآخر ، وعلى الحضارة الإنسانية.

وأصبحت السياحة من أكبر القطاعات مُساهمةً في الناتج المحلي العالمي ، حيث ساهمت عام (2012)، بما نسبته 15%، وبما نسبته 16% من الإستهلاك العالمي، و7% من الإستثمار العالمي، و9,6% من إجمالي الإنفاق الحكومي. وقد شكلت إيرادات السياحة العالمية حوالي 7% إلى 8% من إجمالي صادرات العالم من السلع والخدمات، ووفرت حوالي 200 مليون فرصة عمل، أو ما يعادل 11% من إجمالي القوى العاملة في العالم.[1]

وتجدر الإشارة هنا، أن للسياحة آثارً على التنمية المستدامة، وخاصة على البيئة ، مثلها مثل غيرها من قطاعات التنمية الأخرى. وعلى هذا الأساس ،فقد بدأ الإهتمام والتركيز على مبدأ الإستدامة في السياحة ، وذلك منذ ثمانينيات القرن العشرين حيث لم يعد يقتصر المفهوم الجديد للسياحة المستدامة على المنظور الإقتصادي فحسب، بل أصبحت هناك إستجابة لمقتضيات التنمية المستدامة ، بخصوص إنعكاسات النشاط السياحي على البيئة الطبيعية، والبشرية بما تتضمنه من حماية للبيئة الإجتماعية ، والثقافية، ورعاية حقوق الأجيال المقبلة، ورغم الحداثة النسبية لفكرة التنمية المستدامة، إلا أنها أصبحت بُعداً هاماً في إستراتيجية التنمية، إذ لا يكفي أن تقاس بمعيار الناتج المحلي فحسب، بل يضاف لها وصف آخر، وهو أن تكون متفقة مع مقتضيات الإستدامة. وعلى هذا الأساس يقتضي مفهوم التنمية المستدامة، أن يكون النمو الإقتصادي في الحاضر، متفقاً مع مصلحة الأجيال القادمة وليس على حسابها، وبتعبير آخر لا يكون النمو الإقتصادي مجدياً في الوقت الحاضر، إذا كان يتسبب في الإضرار بمصالح الأجيال المقبلة.

هذا، ويستمد عنصر السياحة المستدامة، أهمية داخل نسيج التنمية المستدامة، من واقع أن لهذا الأخير أبعاداً داخلية وخارجية ، إذْ تقع السياحة في قلب الأبعاد الخارجية، وأحد أهم مكوناتها الجوهرية، بل قد تتعثر الجهود التنموية، في ظل إغفال الشق السياحي وبالتالي، فالأمر يتطلب إيجاد توازن بين السياح من جهة والموارد السياحة من جهة أخرى. ولقد تبنت هذه الرؤية العديد من المنظمات الدولية، منها على وجه التحديد المنظمة العالمية للسياحة، حيث تتلخص رؤيتها حول السياحة المستدامة، في ضرورة حدوث تنوع تدريجي في مضمون

1- إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة (2012). http://www2.unwto.org/ar

This is trial version
www.adultpdf.com

السياسة السياحية، بحيث لم يعد يقتصر على المنظور الإقتصادي، وإنما برز إلى جواره المنظور الإجتماعي والبيئي، والثقافي؛ وعلى هذا النحو، فإن السياسة السياحية، ترتكز على إستراتيجيتين هما:

- إستراتيجية تجارية، مؤسسة على تحليل الأسواق، وتطوير الصناعة، وتهيئة البيئة الأساسية والسياحية اللازمة بغرض تعظيم المكاسب المادية للقطاع؛
- إستراتيجية تستجيب لمقتضيات التنمية المستدامة، خاصة إنعكاسات النشاطات على كل من البيئة الطبيعية (حماية البيئة الطبيعية)، والبيئة البشرية (حماية البيئة الإجتماعية،والثقافية ورعاية حقوق الأجيال المقبلة).

وبالنظر إلى حالة الجزائر، فإنها تحتوي ثراتاً وإمكانيات سياحية جذابة ومتنوعة، تنطوي على سياحة ساحلية، وصحراوية، وجبلية، ودينية وحموية، وثقافية، وسياحة الأعمال , فسواحل الجزائر تمتد على أكثر من 1200 كلم، وصحراؤها تمتد على أكثر من 2000 كلم، ولها مؤهلات طبيعية إستثنائية كل ذلك يُمَكِّنْ من إكتساب الجزائر حصة في سوق السياحة العالمية . إلا أن واقع الحال يُبينُ أن القطاع لم يرقَ بعدُ إلى المستويات المقبولة، وتشير البيانات الإقتصادية إلى أن حصة الجزائر من توافد السياح على المستوى العالمي لم تتجاوز 2% سنويا، لتحتل بذلك المرتبة 147 من مجموع 174 دولة من حيث حصة السياحة في الناتج المحلي الخام[1].كما يمثل ناتج السياحة 3.9% فقط من قيمة الصادرات و9.5% من نسبة الإستثمارات المنتجة.[2]

وعلى الرغم من الإهتمام الكبير بأسلوب التنمية المستدامة كأساس لتحقيق العدالة في توزيع الثروات بين الأجيال، والمحافظة على البيئة لجميع البلدان، إلا أنَّ الجزائر مقارنة بالبلدان المتقدمة مازال إهتمامها بالتنمية المستدامة، دون المستوى المطلوب، وذلك من خلال إنخفاض العديد من المؤشرات الخاصة بالتنمية المستدامة.

ومن هذا المنطلق، إقتضت الضرورة إعادة النظر في قطاع السياحة، بوصفه نشاط اً ذا عوائد إقتصادية وإجتماعية مجزية، إذْ لا يمكن إستثناءه عن المرتكزات الداعمة للتنمية. وفي هذا السياق، ولغرض النهوض بالقطاع، فقد عمدت الجهات الوصية إلى تبني إستراتيجية في المدى القصير (2013) والمدى المتوسط (2015) والمدى البعيد في غضون (2025)، وتجسيداً لهذه الإستراتيجية تم إعداد مخطط عمل أُصْطُلِحَ عليه بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق (2025)، والذي تم تمديده إلى غاية (2030).

هذا، ويشكل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية، مرجعاً لسياسة جديدة تبنتها الجزائر، ويعد جزءًا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق (2030)، فهو المرآة التي تعكس مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة، وذلك من أجل الرقي الإجتماعي ، والإقتصادي على الصعيد الوطني . وقد حَدَّد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى لتنفيذ السياسة الجديدة وهي :

- تثمين الإرث التاريخي، والثقافي مع مراعاة خصوصية كل منطقة من مناطق التراب الوطني؛

1 – إحصائيات المنظمة العالمية لسياحة (2012) . http://www2.unwto.org/ar

2 – إحصائيات البنك الدولي لإنشاء والتعمير (2012) . http://www.banquemondiale.org/.

This is trial version
www.adultpdf.com

- تنشيط التوازنات الكبرى، وإنعكاساتها على القطاعات الكبرى؛
- تثمين صورة الجزائر، وجعلها مقصداً سياحياً بإمتياز؛
- التوثيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة؛
- ترقية إقتصاد بديل للمحروقات.

وفي السياق ذاته يرتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات هي:

- **الديناميكية الأولى** : مخطط الجزائر كوجهة سياحية؛
- **الديناميكية الثانية** : الأقطاب السياحية ذات الإمتياز؛
- **الديناميكية الثالثة** : مخطط الجودة السياحية؛
- **الديناميكية الرابعة** : مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص؛
- **الديناميكية الخامسة** : مخطط تمويل السياحة.

إشكالية الدراسة

بناء على ما سبق، تبرز معالم إشكالية البحث ضمن السؤال التالي:

إسناداً إلى المخطط التوجيهي آفاق (2030) ما هي الآثار ما هي الآثار الإقتصادية، والإجتماعية، والبيئية الناجمة عن ترقية قطاع السياحة في الجزائر على النحو الذي يساهم في تحقيق التنمية المستدامة؟

إستناداً إلى الإشكالية الرئيسة، هناك جملة من الأسئلة الفرعية، بيانها كالتالي:

- هل المساعي المبذولة من قبل الجهات الوصية في الجزائر كفيلة بالنهوض بالقطاع السياحي؟
- إستناداً إلى الإستراتيجيات التنموية في الجزائر، هل توجد رؤية للنهوض بالنشاط السياحي؟
- كيف يمكن الإستفادة من التجارب العالمية والعربية الرائدة في مجال التنمية السياحية المستدامة؟
- ما هي الآليات التي تساعد في دعم التنمية المستدامة إسترشاداً بتجارب ببعض الدول، ومحاكاة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق (2030) ؟

فرضيات الدراسة

محاولة الإجابة على الأسئلة السابقة، تقودنا إلى وضع جملة من الفرضيات التي تتمثل في:

- إعداد مخططات للتهيئة السياحية، يكون في ظل الإحترام الصارم للفضاءات الطبيعية والمواقع الثقافية، وكذا المعالم التاريخية؛
- تعتمد التنمية السياحية على معايير الديمومة قصد المحافظة على التوازنات الإيكولوجية والقيم الإجتماعية، وكذا الإرث الثقافي، والتاريخي، والحضاري؛
- يظهر إعتماد سياسة التنمية السياحية المستدامة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق (2030)، في تعظيم أثارها الإيجابية على التنمية الإقتصادية، والإجتماعية، والبيئية؛

This is trial version
www.adultpdf.com

- تأمين إستدامة السياحة يتطلب وجود إدارة رشيدة لتأثيرات السياحة على كافة الأصعدة البيئية ، والإجتماعية، والإقتصادية.

مبررات إختيار الموضوع

يعود إختيارنا لهذا الموضوع لعدة أسباب نذكر منها:

- إن الموضوع يُشكل أرضية خصبة، وفرصة سانحة للبحث، ذلك أن الإقتصاد السياحي يُعد فرعا من فروع العلوم الإقتصادية التي تجلب إهتمام الأكاديميين بـإعتبار أن النشاط السياحي صار مصدراً مهماً لجب الثروة، وداعماً للجهود التنموية؛
- المساهمة في ترسيخ الوعي السياحي، ونشر الثقافة السياحية في الجزائر؛
- أهمية الموضوع: لأنّ السياحة تعتبر أحد المجالات المهمة للتنمية المستدامة ، الواجب إبراز أهميتها ودورها.

فضلاً عن ذلك، فإن المسار المهني، والبحثي للمترشحة يحفزها على تعميق مداركها حول الموضوعات المتصلة بالسياحة.

أهداف البحث

يهدف البحث أساساً إلى محاولة رصد آثار سياسات التنمية السياحية على التنمية المستدامة ، ضمن مختلف المخططات، وعن كشف السياسة المثلى لتحقيق الأهداف الإقتصادية العامة، حيث إن التوازن الإقتصادي العام يهدف إلى تحقيق أعلى مردود على صعيد الإقتصاد الوطني، وأكبر زيادة في الدخل الوطني وحتى لا يبقى يرتكز فقط على قطاع المحروقات.

كما يهدف البحث إلى توضيح النتائج التي تترتب عن إعتماد سياسة التنمية السياحية المستدامة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق (2030).

المنهج المستخدم في البحث

من أجل الإجابة على إشكالية البحث و إختبار الفرضيات، وبالنظر إلى طبيعة الموضوع فقد تم إتباع المنهج الوصفي والمنهج التحكمي، كما تمت الإستعانة ببعض الأدوات الإحصائية ، والبيانات المتعلقة بالسياحة الدولية، والمحلية، والقوانين، والتشريعات.والإعتماد على عدة مراجع من كتب، ومجلات، ومذكرات، وتقارير، وملتقيات وطنية باللغتين العربية والأجنبية ؛وبرمجة زيارات ولقاءات ميدانية مع المسؤولين والمختصين،والمهتمين بالقطاع السياحي؛والإستعانة بشبكة الإنترنيت، من أجل الحصول على الدراسات الحديثة التي تَعذَّر علينا إيجادها في المكتبات.

الدراسات السابقة

This is trial version
www.adultpdf.com

هناك العديد من الدراسات والبحوث ، التي تناولت الموضوع من زاوية من الزوايا، يمكن الإشارة إلى بعضها فيما يلي:

- **شعوبي محمود فوزي:السياحة والفندقة في الجزائر، دراسة قياسية (1974-2002)**، وهي عبارة رسالة دكتوراه، وتطرق فيها إلى تقييم أداء قطاع السياحة ، والفندقة في الجزائر حيث إنطلق من إشكالية مركزية، مفادها توضيح أهمية القياس الإقتصادي ، لأغراض التحليل المالي وأهمية السياحة ، والفندقة في النشاط الإقتصادي، ولقد حاول الباحث، ضمن خمسة فصول تشخيص وتقييم قطاع السياحة والفندقة في الجزائر، مستعيناً ببعض الأساليب الكمية والمعالجات الآلية للبيانات، حيث توصل إلى ضرورة الأخذ في الإعتبار بالأساليب الكمية الحديثة،كما أوصى بضرورة الإستفادة من الأساليب الكمية في تشخيص المؤسسات، أياً كان القطاع الذي تنتمي إليه، وتقييمها وإجراء المقارنات بينها، وهذا ما سيوفر نتائج ليس من السهل إدراكها بغيرها من الأساليب.
- **كواش خالد: مكانة وأهمية القطاع السياحي في النشاط الإقتصادي حالة الجزائر**، وهي عبارة عن رسالة دكتوراه ، تطرق فيها إلى أهمية و آفاق السياحة في الجزائر ، كنشاط إقتصادي ولقد حاول الباحث، ضمن أربعة فصول، الكشف عن مفاهيم وتعاريف حول السياحة ووضعية الإستثمارات السياحية العمومية والخاصة في الجزائر ، وتقييم أداء القطاع السياحي الجزائري من خلال النتائج المحققة منذ عام (1969) إلى غاية عام (1996)، وتوصل إلى أن القطاع السياحي في مختلف مراحله، لم يحقق النتائج المنتظرة منه في عملية التنمية الإقتصادية والإجتماعية، وبرر ذلك بالمقارنة مع الدول المجاورة، تونس والمغرب.
- **عامر عيساني : الأهمية الإقتصادية لتنمية السياحية المستدامة حالة الجزائر (2009-2010)** وهي عبارة عن رسالة دكتوراه ، تناول فيها التأكيد على أهمية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر مع الإشارة إلى تجارب بعض البلدان التي تمثل وجهات منافسة بحكم موقعها الجغرافي وقدراتها السياحية المتشابهة مع الجزائر، ولقد حاول الباحث، ضمن خمسة فصول ، الكشف عن الخلفية النظرية عن السياحة وآثارها المختلفة، وواقع وإستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر وقارنها بالتنمية السياحية في مصر، والمغرب، وتونس، وقام بدراسة تقيميه لتجارب السياحية وتوصل إلى أن مساهمة قطاع السياحة في الجزائر كانت ضئيلة بالمقارنة مع مصر وتونس؛
- **محمد أحمد اليمني : إمكانيات تطوير السياحة في ليبيا دراسة تحليلية** ، وهي دراسة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال جامعة وادي النيل السودان فبراير (2008) وتمحورت مشكلة الدراسة في وضع إستراتيجية مقترحة للتسويق السياحي والتنشيط السياحي في ليبيا فضلاً عن كشف مقومات نجاح الإستراتيجية التسويقية السياحية في ليبيا. وقياس معوقات تطوير السياحة، وإمكاناتها المتنوعة في الميدان السياحي ، الذي يضم الهيئات والشركات والفنادق، والمرافق

This is trial version
www.adultpdf.com

السياحية الأخرى الليبية. ولقد حاول الباحث ضمن ستة فصول ، تحليل مقومات وأنماط السياحة في ليبيا ، ونصيبها من الحركة السياحية الدولية وتقييم الإستراتيجية المقترحة للتنمية السياحية ، وأنماطها ومعوقاتها. وتوصل الباحث إلى أهمية تطوير وسائل التنشيط السياحي في ظل تكامل إستراتيجيات مزيج التسويق السياحي المتمثلة بإستراتيجية (المنتج السياحي، والتسعير، والتوزيع، والترويج، والتنشيط السياحي، والعنصر البشري) لوضع الإطار المقترح لتنشيط التسويق السياحي في ليبيا؛

- **محمد حريري بوشاعور : أثر العولمة الثقافية على قطاع السياحة في الجزائر (2011)**[1]، وهي عبارة عن مقالة في مجلة العلوم الإنسانية تطرق فيها إلى أهمية و آفاق السياحة في الجزائر كنشاط إقتصادي بحيث وضَّح أثر العولمة الثقافية على قطاع السياحة في الجزائر ، وهدفت هذه الورقة إلى تبين أهمية السياحة وجهاً لوجه مع الإنترنت إلى عهد جديد يسمى العولمة الثقافية ، وكذلك توضيح أهم الإستراتيجيات الجديدة لتطوير الإنترنت كوسيلة جديدة للإتصال ، وتوصل إلى أن القطاع السياحي تأثر إلى حد كبير بالعولمة الثقافية، مما زاد من مساهمة السياحة في الإقتصاد .
- **(Nick Pattie): المسح العالمي لتوزيع الفنادق وإدارة التسعير ، وأداء قنوات الأسواق** مسح أجري سنة (2004):[2] وهي دراسة إستطلاعية، وقد إهتمت بدراسة الإستراتيجيات التي تتبعها الفنادق في قنوات التوزيع المباشرة والغير مباشرة ، من حيث مدى إنتظام سياسات التسعير وفعالية كل من هذه القنوات على حد ى، وقد تم إجراء هذه الدراسة على 319 فندق في 13 دولة حول العا لم، ومن أهم نتائج الدراسة أن تطبيق وتطوير إستراتيجيات إدارة قنوات التوزيع، تختلف من دولة إلى أخرى ومن فندق إلى آخر، وأن أكثر الإستراتيجيات نضوجاً هي التي تحث الزبون إلى الحجز من خلال القنوات المباشرة ، وأن بعض المناطق في العا لم بدأت بالتعرف على أهمية الإنترنت كقناة للتسويق، بحيث أن بعض الفنادق ليس لها مواقع على الإنترنت .
- **إستراتيجية وطنية لتطوير السياحة المستدامة في بوروندي[3] قلب أفريقيا**، وهي عبارة عن دراسة قامت بها وزارة التجارة والصناعة، والسياحة بمشارك ة برنامج الأمم المتحدة للتنمية في بوروندي في جويلية (2011)، بحيث تم فيها التعرف على قطاع السياحة كأداة أساسية للنمو الاجتماعي، والاقتصادي للبلاد وكقطاع رئيسي من أجل توطيد السلام في بوروندي. وأكدت حكومة بوروندي إستعدادها لفتح البلد، وضمان التنمية السياحية المستدامة كأداة فعالة للتخطيط الإقليمي، وتُوفر

1- Bouchaour Mohammed Hariri , **Impact de la Mondialisation Culturelle sur le Secteur du Tourisme en Algérie**, Revue Académique des sciences humaines et sociales, Université de Chlef , n° 6,(2011).

2–**Nick Pattie, Global Hotel Distribution Survey, (Managing pricing and performance of c hannels to markets)** 2004 voir le:**http://www.e-tid.com/travel-websites-undercut-hotels/10495**

3 – **بوروندي** هي جمهورية صغيرة في وسط قارة أفريقيا، وهي دولة داخلية لاسواحل لها، وتقع ضمن هضبة البحيرات في وسط أفريقيا .

This is trial version
www.adultpdf.com

الخطة الرئيسية للسياحة في بوروندي إطار اً لتخطيط التنمية،وتطوير وتعزيز وإدارة قطاع السياحة. وتقترح ورقة الإستراتيجية (2011-2020) برنامجاً قوياً، ومتنوعاً يعتمد على الموارد والفرص لتطوير السياحة، بالإضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار التنمية الاقتصادية، والتماسك الاجتماعي والسلام. والنتائج المتوقعة من المشروع هي: [1]

- إعتماد إستراتيجية وطنية لتنمية السياحة المستدامة لمدة 10 سنوات مع خطة للإجراءات المحددة لتنفيذ الإستراتيجية؛
- إعداد مشروع قانون بشأن السياحة، وإطار تنظيمي للتنمية القطاع؛
- تحديد المشاريع التجريبية؛
- الترويج السياحي في بوروندي .

وخلصت الدراسة إلى تحديد، وتشخيص نقاط القوة، وفرص السياحة البوروندية، وكشفت النقاب على العديد من أوجه القصور التنظيمية، والرقابية على حد سواء من الموارد المحدودة البشرية، والمادية، والمالية، وأوصت بضرورة توافر البيانات لفهم أفضل لقطاع السياحة، والترويج والتسويق من جهة، وقيمة المنتجات وجودتها من جهة أخرى، فضلا عن الشراكة، كما حددت التوقعات، والتحديات التي سهلت وضع أهداف الإجراءات الإستراتيجية ذات الأولوية. وضرورة تنفيذ هذه الإجراءات في أقصر وقت ممكن لتهيئة الظروف لتوجيه السياحة البوروندية ويعتبر تنفيذه ا شرط أساسي لبدء إستراتيجية شاملة متماسكة، وتطوير السياحة على المدى الطويل.

حدود الدراسة

تتمثل في محاولة تشخيص وتحليل واقع القطاع السياحي وآفاق تنميته في الجزائر إستنادًا إلى المخطط التوجيهي لآفاق (2030).مروراً ببعض الفترات الزمنية الأخرى الواردة ضمن المخططات التنموية المعتمدة.

هيكل البحث

تم تقسيم بحثنا إلى أربعة فصول، بعد المقدمة بحيث تناول **الفصل الأول** المفاهيم الأساسية، لسياسة التنمية السياحية المستدامة وتطورها، ومحدداتها ، وتطرق إلى ماهية وأهمية قطاع السياحة. في حين تم تخصيص **الفصل الثاني** لعرض إستراتيجية وواقع السوق السياحي ، من خلال التعرف على الإ ستراتيجيات التنموية السياحية المستدامة المطبقة للنهوض بالقطاع، والتعرف على السوق السياحي الجزائري ، والتونسي ، والمغربي ، كمحاولة للتعرف على أوجه التشابه في الإستراتيجيات المتبعة ، ومدى نجاعتها. أما **الفصل الثالث** فاشتمل على

1- Ministère du Commerce, de l'Industrie, **STRATEGIE NATIONALE de DEVELOPPEMENT DURABLE du TOURISME Burundi**, Coeur d'Afrique,des Postes et du Tourisme,Programme des Nations Unies pour le Développement au Burundi,Conception Visuelle par Sebastian Villar, July 2011.

This is trial version
www.adultpdf.com

أدوات السياسة السياحية المعتمدة في تحقيق التنمية المستدامة، ومحاولة إستعراض التجربة الأردنية في مجال التنمية السياحية المستدامة، والإستفادة منها ، باعتبارها تجربة رائدة في الوطن العربي .

أما **الفصل الرابع** والأخير فحاولنا من خلاله تقييم الإنعكاسات الإقتصادية ، والإجتماعية ، والبيئية الناجمة عن تطبيق المخطط التوجيهي في الجزائر لأفاق (2030).

وتناولت الخاتمة نتائج الدراسة والتوصيات ، على ضوء الإستنتاجات المستخلصة، التي تراها الباحثة أساساً لنجاح المخطط، الذي يسعى لتحويل الجزائر مقصد سياحي.

صعوبات الدراسة

تمثلت أهم الصعوبات التي واجهت الباحثة في : تضارب الإحصائيات ،وكذلك صعوبة بناء نموذج يقيس آثار السياحة على التنمية البيئية، والاجتماعية، وحتى الاقتصادية،وصعوبات تتعلق بنوعية المؤشرات التي يجب قياسها .

This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

تمهيد الفصل الأول

تُمثِّل السياحة قوة فاعلة، ومؤثرة في حياة المجتمعات البشرية، بحيث أصبحت تحتل مركزاً لا يستهان به في إقتصاديات الدول، لمساهمتها الفعالة في التنمية الإقتصادية، والإجتماعية، والسعي لتحقيق تنمية مستدامة، يقتضي إدراج البعد البيئي في الخطط التنموية، ويتضمن حاجات الأجيال المستقبلية.

كما تتطلب التنمية المستدامة، تحسين ظروف المعيشة لجميع الناس، دون زيادة إستخدام الموارد الطبيعية، إلى حدٍ يتجاوز قدرة كوكب الأرض على التحمل، وتشمل التنمية المستدامة ثلاثة مجالات رئيسة هي النمو الإقتصادي، والحفاظ على الموارد البيئية، والتنمية الإجتماعية.

وللنشاط السياحي دور أساسي في إنعاش الإ قتصاديات، وهو وسيلة لتحقيق التنمية المتوازنة ومعالجة المشاكل التي يعاني منها الإقتصاد ، كالتضخم والبطالة، ويعتبر أحد القطاعات التي يمكن أن تساهم في تحقيق نمو مطَّرد في الناتج المحلي الإجمالي ، و في إيجاد فرص عمل، وأحد مصادر الدخل المحلي من العملات الصعبة،كما أنه أداة جذب للإستثمارات الخاصة المحلية الوطنية، والأجنبية.

ولقد أدَّى الإرتباط الوثي ق بين البيئة، والتنمية إلى ظهور مفهوم الإستدامة التنموية، وهي تلك التنمية القابلة للإستمرار والديمومة، وبهذا فإنَّ هدف التنمية المستدامة هو الإهتمام بشكل رئيسي بتقييم البيئية، وبما أنَّ البيئة هي المخزون الطبيعي للموارد التي يعتمد عليها الإنسان، والتنمية هي الأسلوب الذي تتبعه المجتمعات للوصول إلى الرفاهية، والمنفعة الإقتصادية، فإنَّ الأهداف التنموية، والبيئية وجهان لعملة واحدة.

وسنتناول في هذا الفصل، الإطار النظري للتنمية السياحية المستدامة، من خلال المباحث التالية:

- **المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للسياحة وأهميتها؛**
- **المبحث الثاني: محددات التنمية السياحية المستدامة.**

This is trial version
www.adultpdf.com

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للسياحة وأهميتها

إرتبطت النهضة السياحية إرتباطاً وثيقاً بالنهضة الإقتصادية، وبعدما كانت هي من نِتاج الرفاهْ الإقتصادي، أصبحت السياحة وسيلة للرّفاهْ الإ قتصادي، تتطلع إليها جل دول العالم اليوم ، فلم تعد الصناعة، والزراعة هي التي تجذب الإستثمارات الكبيرة ، كما كانت في القرن العشرين، فتحولت اليوم نحو المشروعات السياحية، حيث تُخصص مليارات الدولارات ، والعملات الأخرى لصالحها، ويتجسد ذلك في دول الخليج، التي تُنشئْ معالم سياحية ضخمة ، وتنفق الملايين على الترويج السياحي ، لجذب السياح من خارج بلدانها.

وبشمول السياحة قطاعات عدة، جعلها تتطور عمَّا كانت عليه في الماضي، فتزايدت الحركة السياحية الدولية بدرجة كبيرة، وأصبح السائحون يمثلون نسبة معتبرة من سكان العالم.

من هذا المنطلق، سنحاول فيما يلي إستكشاف ماضي، وحاضر قطاع السياحة، لنلمس مكانته المستقبلية بين بقية الصناعات الأكثر فاعلية، في الإقتصاد على المستوى العالمي.

المطلب الأول: مفهوم السياحة

تطورَ مفهوم السياحة مع تطور المجتمعات، وكانت البداية مع العصور القديمة، بحيث كانت غريزة التنقل عند الإنسان منذ تواجده على هذه المعمورة، فكان الإنسان يسعى إلى توفير إحتياجاته بنفسه، وإلى خلق علاقات متبادلة بين القبائل، وكان حب الإستطلا ع دافعقوي لقيام الفرد برحلا ت طويلة، وكذلك زيارة الأماكن المقدسة، ومع العصور الوسطى إنفرد العرب بتطوير مفهوم السياح ة، وَوضع الأسس الأولى لمعظم فروعها، فتركزت السياحة في هذه الحقبة على التجارة، والحج، والدراسة.

وأحدثت الثورة الصناعية في العصور الحديثة تغيراً جذرياً في وسائل المواصلات، مما أدَّى إلى إختصار الوقت وسهولة السفر. وتزايد الإهتمام بالسياحة منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، بفعل تضخم حجم السواح، وإرتفاع مبالغ الإيرادات السياحية، التي لفتت الأنظار لإعتبارها نشاطاً إقتصادياً بإمكانه الحد من البطالة، وجلب العملة الصعبة، وأصبحت السياحة كظاهرة إجتماعية تتميز بتطور، ونمو سريعين وهو ما أدّى إلى تشعب مفهومها. [1]

أولا: تعاريف حول السياحة

إن المهتم بدراسة السياحة، يُحصي زخماً كبيراً من التعاريف، التي تناولت المفهوم، وعلى هذا الأساس إخترنا أبرز هذه التعاريف، لتنتهي إلى تعريف يتوافق مع غاية البحث.

1- عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، **التخطيط السياحي**، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، (2001)، ص 18.

This is trial version
www.adultpdf.com

يمكن النظر إلى تعاريف السياحة من الزوايا التالية:

1 – **عملية إنتقال مؤقتة** : أغلب التعاريف التي تناولت مفهوم السياحة، تركّز على أنها تخص غير المقيمين في منطقة معينة، وبالتالي فهي تستوجب الإنتقال إلى المكان المستهدف، وقد يكون هذا الإنتقال محلياً (من منطقة لأخرى بنفس البلد)، أو يكون دولياً (من بلدٍ إلى بلدٍ أخر)، ومن هذا المنظور ترتبط السياحة بالسفر الداخلي أو الخارجي. وهناك نقطة أخرى تشدِّد عليها تعاريف السياحة، وهي إعتبار عملية السفر مؤقتة وغير دائمة حيث لا يُعْتبر المقيم سائحاً، ونفس الشيء بالنسبة لمن سافر لأغراض غير البحث عن المتعة والترفيه، كالبحث عن العمل والإقامة أو الدراسة مثلاً.

ولعل خير إستدلال على ما تقدم ذكره تعريف "رُوبِنْسُونْ" " Robinson" للسياحة، حيث يعتبرها إنتقال الأفراد، خارج الحدود السياسية للدولة، التي يعيشون فيها مدة تزيد عن 24 ساعة، وتقل عن عام واحد على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة، أو العمل، أو الدراسة، أو مجرد العبور لدولة أخرى[1]، ويدعم هذا الطرح الأُستاذان السويسريان[2] "وَالْتَرْ هِنْزِيكْرْ" " Hunziker"، و"كِيرْتْ كْرَابْفْ" "krapf" عام (1992)، في تعريفهما المقدم إلى الجمعية الدولية للخبراء العلميين في السياحة، حيث يَعتَبرا أن "السياحة هي مجموعة من الظواهر، والعلاقات التي تنشأ نتيجة السفر، وإقامة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة، بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة، أو ترتبط بعمل مأجور".[3]

2 –**مجموعة من النشاطات** : تنطوي عملية السياحة على مجموعة من النشاطات الثقافية، والإجتماعية والإقتصادية المختلفة في رقعة مكانية معينة، ويقوم بهذه النشاطات طرفان أساسيان هما: السواح، والقائمون على السياحة في المنطقة المستهدفة، من خلال تهيئة أماكن الإستقبال، من فنادق، ومنتجعات، وغيرها وتَوْفِير وسائل النقل وشبكاته، وتَوْفِير الإستقرار السياسي والأمن، والمحافظة على المعالم السياحية ... إلخ

تعرف السياحة من هذا المنظور، حسب العالم النمساوي "هَرْمَنْ فُونْ شُولِيَرْا" " HERMAN VON SHOLLEREN"[4] في سنة (1910) على أنها" كل العمليات المتداخلة، وخصوصاً العمليات الإقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة، وإنتشارهم داخل حدود أو منطقة معينة."[5]

من جهته "مَاتِيسُونْ" "MATHISON" يَعتبر السياحة حركة مؤقتة للسكان، أو الناس لمناطق معينة خارج مناطق سكناهم وإقامتهم الدائمة، وتشمل السياحة جميع النشاطات التي تمارس في مناطق الهدف.

---

1 -Robinson, Harry. **A geography of Tourism**: Macdonald and Evans, London , (1976), p. 21

2- هنزيكر رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة و krapf أستاذ في جامعة برن بسويسرا.

3 -Walter Hunziker, **Le Tourisme, Caractéristiques principales**, éditions Gurten, Berne, Paris AIEST: (1992) p.76

4 - هرمن فون شوليرا ، أستاذ في علم الإقتصاد بجامعة أستراليا.

5 - Herman Van Scheullard, ‘‘**The hospitality And Tourism Industry**- Definition Of Tourism’’
The hospitality And Tourism Industry.Blogspot.com/ voir le site: http :www.ukessays.co.uk /essays /tourism

This is trial version
www.adultpdf.com

وكذلك جميع الخدمات والتسهيلات، التي تم توفيرها لممارسة هذه النشاطات، والسياحة بهذا المفهوم نوع من أنواع السفر، الذي يختلف عن رحلة العمل اليومية أو الهجرة، أو التسوق، أو الإقامة الدائمة".[1]

3 -**إشباع حاجات السياح** : السياحة تُوجِّه جهود الدولة المضيفة بقطاعيْها العام والخاص، وتنصب على محاولة إشباع حاجات السائح، من خلال توفير كل متطلبات الراحة من جهة، وتحقيق أكبر قدر من تطلعاته التي دفعته لزيارة المكان من جهة أخرى، وفي هذا السياق، إعتبرت الأكاديمية الدولية للسياحة أن "السياحة إصطلاحاً يطلق على وحدات الترفيه، وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السائح".[2]

4 -**تحقيق الراحة والمتعة للسائح والوفرة الإقتصادية للمستضيف** : إنَّ السياحة هي السبيل إلى الحصول على الراحة والمتعة للسائح، من خلال المزايا التي يوفرها المكان من طبيعة، أو تاريخ، أو هياكل تسهر على خدمة السياح، أو عادات تخول للسائح الإتصال بالشعوب، والإطلا ع على ثقافاتها المختلفة، كما أنها تمكن البلد المستضيف من تحقيق وفرة إقتصادية، تعود على القائمين بشؤون السياحة أولاً، ومن ثمَّ على باقي الأعوان الإقتصاديين.

ومن هذا المنظور يرى "محمود كامل" وهو مستشار في السياحة جامعة الزقازيق جمهورية مصر العربية، أن "السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا، تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة، ونمو هذا الإحساس، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا على نمو الإتصالات على الأخص بين الشعوب، وهي الإتصالات التي كانت ثمرة إتساع نطاق التجارة، والصناعة سواء كانت كبيرة، أو متوسطة، أو صغيرة، وثمرة تقدم وسائل النقل."[3]

في ضوء ما تقدم، يمكن القول بأن السياحة هي عبارة عن: "عملية إنتقال مؤقتة إلى مكان معين تنشأ عنها مجموعة من النشاطات المختلفة بين المتنقلين (سياح)، وأصحاب المكان (سكان المنطقة والقائمون على النشاط السياحي، وكل الهياكل المساعدة للنشاط السياحي)، تهدف أساساً إلى تحقيق إشباع السواح وتحقيق الراحة، والمتعة لهم، وتحقيق وفرة إقتصادية لأصحاب المكان."[4]

1 -Mathieson and Wall: Tourism, economic, physical and social impacts, Longman, Singapore (1982). voir le site: http:www.uaemex.mx/plin/PSUS/rev2/b01.html.

2 -International Academy for the Study of Tourism. voir le site http:www.polyu.edu.hk/htm/iast/home.html.

3- محمود كامل، **السياحة الحديثة عِلْمًا وتطبيقًا**، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، القاهرة، (1999) ، ص 13 .

4- تعريف خاص بالباحثة.

This is trial version
www.adultpdf.com

بالنسبة للجزائر، فقد تبنت تعاريف المنظمة العالمية للسياحة [1]، إلاَّ أنها أضافت بعض المفاهيم بهدف السماح بإستعمال معقول للمعلومات الخاصة بالسياحة، أهمها: [2]

أ. **الدخول:** كل مسافر عبر الحدود، ودخل التراب الوطني، خارج مساحة العبور يُعتبر داخلاً.

ب. **المسافر:** كل شخص دخل التراب الوطني، مهما كانت دوافع هذا الدخول، ومهما كان مكان إقامته، وجنسيته بإستثناء الجوالين في رحلة بحرية[3].

ج. **الزائر:** كل من دخل الجزائر من غير أن يقيم فيها عادة، ولا يمارس فيها أية مهنة مقابل أجر وهذا التعريف يشمل فئتين من الزوار هما: السواح، والجوالين.

د. **السائح:** كل زائر لفترة محدودة يبقى على الأقل 24ساعة في البلاد، ويمكن تلخيص دوافع زيارته في الأغراض التالية: (المتعة، والعطلة، والأسباب الصحية، والدراسية، والدواعي الدينية والرياضية، وزيارة الأقارب ، والإجتماعات..)

ه. **غير المقيمين:** هم السواح، والجوالون، والمسافرون، والعابرون للجزائر، وبإستثناء الجوالين في رحلة بحرية.

و. **المقيمون:** هم المسافرون غير الجوالين في رحلة بحرية، وغير المقيمين (كل الجزائريين يعتبرون مقيمين).

ز. **الجوال:** هو الزائر لمدة محدودة، إقامته في الجزائر لا تتجاوز 24 ساعة، وهذا المفهوم ينطبق على كل المسافرين الذين هم في جولة بحرية، ماعدا المسافرين الذين يمكن إعتبارهم من الناحية القانونية، أنهم لم يدخلوا التراب الوطني، فضلاً عن سكان الحدود العاملين في الجزائر.

ثانيا: دعوة الإسلام إلى السياحة

إن القرآن الكريم، ونبينا محمد صلى الله عليه وسلم، والخلفاء الراشدون، ذكروا السفر والسياحة وإعتنوا بها، وشجعوا عليها في مناسبات مختلفة، إذ تكرر ذكرها في عدة آيات من القرآن الكريم، وتحددت مجالاتها في مناسبات معينة، كالتأمل في الطبيعة قصد معرفة قدرة الخالق في إبداع الكون، وفي آثار الأولين والإعتبار منها، ومحاولة الترويح عن النفس، بالتأمل في جمال الطبيعة، والدعوة إلى التعارف بين الشعوب وبيان أنواع وسائل النقل، والإنتقال، وتطويرها، وتوضيحها، وتوضيح بعض أحكام الفرائض الدينية

1- حسب المنظمة العالمية للسياحة، كلمة السياحة تحتوي على مفهومين: السائح وهو كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل، بحيث أسباب الزيارة السفر تكون من أجل الترفيه، الراحة، الصحة، العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة أو من أجل القيام بأعمال عائلية. والمتجول: كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته المعتاد. أنظر المرجع: المنظمة العالمية للسياحة وهيئة الأمم المتحدة، التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة (2008) نيويورك، (2011).

2 - المجموعة الإحصائية السنوية للجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات، نشرة (1991)، ص 264

3- الجوالة في رحلة بحرية هو كل زائر يدخل الحدود الوطنية ويغادرها في نفس السفينة التي جاء فيها، والتي يسكن على متنها طوال مدة إقامته في البلد.

This is trial version
www.adultpdf.com

كالصلاة والصوم، وأثَرُ السفر فيهم، وفي أداء فريضة الحج، وذكر رحلات الفضاء الخارجي عن طريق الإسراء والمعراج، بحيث وردت السياحة في القرآن الكريم في ثلاثة مواضع، وهي قوله تعالى:

1 -﴿ التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ ۗ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ ﴾ سورة التوبة الآية 112.

2 -وقوله تعالى: ﴿ فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ ۙ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ ﴾ سورة التوبة الآية رقم: 2.

3 -وقوله تعالى في النساء الصالحات: ﴿ عَسَىٰ رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَكُنَّ أَنْ يُبْدِلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكُنَّ مُسْلِمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأَبْكَارًا ﴾ سورة التحريم الآية 5.

فالسِّياحة هي الإنتقال من مكان إلى مكان أخر، لمشاهَدة ما فيه من آثار أو للتنزُّه، والتَّمتُّع والتدبر بما فيه من مناظرَ أو مظاهرَ فهو أمرٌ لا يمنعُه الدين في حدِّ ذاته، بل يأمُر به إذَا كان الغرض شريفًا، فقد أمرت الآياتُ الكثيرة بالسَّيرِ في الأرض، للإعتبار بما حدَث للسابقين، ويَظهر ذلك في قوله تعالى:﴿ أَفَلَمْ يَسيروا في الأَرْضِ فَيَنْظُروا كَيْفَ كانَ عاقِبةُ الذين مِنْ قَبلهم دَمَّرَ اللهُ عَلَيْهِمْ وِلْلْكافِرِينَ أَمْثالُها ﴾ سورة محمد الآية 10.

وقوله تعالى: ﴿ قُلْ سِيرُوا فِي الأَرْضِ فانْظروا كَيْفَ كَانَ عاقِبةُ المُجرِمينَ ﴾ سورة النمل الآية 69.

كذلك الآيات الكريمة تأمرنا بالسير، والحركة والسفر في ربوع الأرض، للإستفادة من عِبَر الماضي للعمل على ضوئه في الحاضر لما يفيدنا في المستقبل.

والقرآن الكريم يخبرنا بما حدث للأمم السابقة، ويروي قصص الأنبياء والرسل وآثارهم، ويتحدث عن الحضارات التي سادت ثم بادت، والآثار التي تركتها الشعوب، والأحداث التي وقعت في الأزمنة الغابرة[1].

فتناول الجماد، والنبات، والحيوان، والإنسان، والتأمل في الإختلافات، والمتناقضات الموجودة في النوع الواحد، وليس في الجنس الواحد، متجليا ذلك في قوله تعالى: ﴿ أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ ثَمَرَاتٍ مُخْتَلِفًا أَلْوَانُهَا ۚ وَمِنَ الْجِبَالِ جُدَدٌ بِيضٌ وَحُمْرٌ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهَا وَغَرَابِيبُ سُودٌ (27) وَمِنَ النَّاسِ وَالدَّوَابِّ وَالْأَنْعَامِ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ كَذَٰلِكَ ۗ إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ﴾ سورة فاطر الآيات 26-27.

والحجّ نفسُه سياحة دينيّة وعبادة مفروضة، وشدُّ الرِّحال إلى المسجد الحرام بمكة، وإلى المسجد النبوي بالمدينة، وإلى المسجد الأقصى بالشام ، مرغوب فيهم، كما جاء في الحديث الصحيح ،قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: لا تشدُّ الرحال إلاّ إلى ثلاثة مساجد: (المسجد الحرام والمسجد الأقصى ومسجدي هذا)[2].

وذلك للعِبادة وزيادة الأجر، والأمر بزيارة الإخوان، والرّحلة لطلب العلم، وللتجارة كلُّ ذلك

1- المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، **سفر وسياحة حجز خدمات سياحية** العدد 184، المملكة العربية السعودية (2010)، ص45.

2- عن أبي هريرة رضي الله عنه، صحيح مسلم: ترقيم محمد فؤاد الباقي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط (1992م).رقم الحديث 110.

This is trial version
www.adultpdf.com

سياحة مشروعة وقد نُسِبَ إلى الإمام الشافعي [1]، دعوتُه إلى السفر، ورحلات الصّحابة، والتابعين، والسلف الصّالح للجهاد، والتّجارة، والأغراض العلميّة، وكذلك أخبار الرَّحّالة المسلمين ك إبن بطوطة [2]، لهم كتب مُدوَّنة فيها علمٌ كثير. ولا شكّ أن البلاد التي يَرِدُ إليها السائحون وفق ضوابط تكسب كثيرًا من الناحية الماديّة والناحية الأدبية، وتحرص كثيرًا على أن يَفِدَ إليها السائحون، وإذا كان الواقع يشهد بذلك فقد أشار إليه قوله تعالى على لسان سيّدنا إبراهيم: ﴿ ربَّنا إني أسكنتُ من ذُرِّيتي بوادٍ غَيْرِ ذِي زَرع عند بَيْتِكَ المُحرَّم ربَّنا لِيُقِيمُوا الصّلاةَ فاجْعَلْ أَفْئِدةً من الناس تَهوِي إليهم وارْزُقْهُمْ مِنَ الثَّمراتِ لَعَلَّهُمْ يَشْكرونَ﴾ سورة إبراهيم الآية 37.

أما النبي محمد صلى الله عليه وسلم فقد تعود في حياته، ومنذ شبابه على الإنتقال من بلدٍ إلى آخر كتاجر، ووسيط في الأعمال التجارية حيث إرتحل إلى الشام، وعمل في تجارة السيدة خديجة بنت خويلد (رضي الله عنها)، فقد ذُكر أنه وصل إلى منطقة الأحساء في الجزيرة العربية، وعندما بُعث نبياً تنقّل بين مدن الجزيرة، ودعا إلى الدين الجديد، وإلى وحدانية الله تعالى، كما أنه شجع المؤمنين على الهجرة إلى الحبشة عابرين البحر الأحمر هرباً من إيذاء الكفار، كما أنه هاجر بنفسه إلى المدينة فسار إليها ليتخذها موطناً له وللمؤمنين وقد تحرك نحو شمال الجزيرة إلى حدود الشام، في بعض غزواته، وحروبه. [3]

ثالثا: أنواع السياحة

هناك عدة معايير لتصنيف السياحة، تتعلق بالهدف، والموقع، وفترة الإقامة، وطريقة التنظيم والسن والعدد، وسيلة النقل، ومستوى الإنفاق، وطبيعة الموسم السياحي. ويمكن تلخيصها في الجدول التالي:

جدول رقم: 1

معايير أنماط السياحة، وأنواعها المختلفة

المعيار على حسب	نوع السياحة
الدافع	ترفيهية– طبيعية – ثقافية – علاجية – دينية – رياضية — المؤتمرات– رجال الأعمال – الحوافز – التسوق – العلاقات الإجتماعية الإهتمامات الخاصة – نظام المشاركة بالوقت – نهاية الأسبوع.
الموقع	داخلية – إقليمية – دولية.
فترة الإقامة	موسمية – دائمة.
طريقة التنظيم	فردية – منظمة أو عالمية .
السن	الأشبال – الشباب – متوسط الأعمار – كبار السن – الفئات الخاصة.
العدد	الأفراد – المجموعات الصغرى – المجموعات الكبرى .
وسيلة النقل	برية – جوية – نهرية – بحرية .
مستوى الإنفاق	سياحة إجتماعية – محدودي الدخل – الطبقات المتميزة – الأغنياء.
طبيعة الموسم السياحي	الشتاء – الصيف – الخريف – الربيع.

المصدر:يسرى دعبس، **صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق**، الملتقى المصري للإبداع التنمية، مصر، (2003)، ص245.

1 - أبو عبد الله محمد بن إدريس الشافعيّ المطّلبيّ القرشيّ (150-204) هـ (767-820)/ م (هو ثالث الأئمة الأربعة عند أهل السنة والجماعة). أنظر المرجع: مكتبة صيد الفوائد الاسلامية، أنظر الموقع: http://saaid.net/book/index.php.

2 -إبن بطوطة: من أعظم الرَّحّالة المسلمين وأوسعهم شهرة، سُمّيَ بشيخ الرحالين لكثرة طوافه في الآفاق، وأشهرهم عناية بالحديث عن الحالة الإجتماعية في البلاد التي تجوَّل فيها، كما كان من المغامرين الذين دفعهم حبُّ الإستطلاع إلى ركوب الكثير من الصعاب. أنظر المرجع تاريخ الاسلام: http://islamstory.com/ar/.

3 - موقف الإسلام من السياحة ، بتاريخ 01-08-2004 ، أنظر الموقع: http://www.onislam.net/arabic .

This is trial version
www.adultpdf.com

بالإضافة إلى أصناف السياحة الموضحة في الجدول رقم: (1)، تصنف كذلك حسب المعايير التالية:

1 - **حسب عدد الأشخاص**، يضم هذا المعيار الأنواع التالية:[1]

أ) **السياحة الفردية:** هي سياحة لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد، وهي غير منظمة، ويقوم بها مجموعة أو شخص واحد، لزيارة بلد أو مكان ما، وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم.

ب) **السياحة الجماعية:** وهي عكس السياحة الفردية، فهي منظمة، حيث يتم ترتيب وتنظيم كل شيء مسبقاً من طرف الشركات السياحية.

2 - **حسب وسيلة النقل المستعملة**، بالنسبة لهذا المعيار نجد الأنواع التالية:

أ) سياحة بحرية أو نهرية.

ب) سياحة برية؛

ج) سياحة جوية.

3 -**حسب مدة الإقامة**، هذا المعيار يصنِّف السياحة كالتالي:[2]

أ) **السياحة الموسمية:** وهي سياحة تتعلق بقضاء السائح لعطلته في مكان ما، وموسم معيَّن ومدتها من شهر إلى ثلاثة أشهر، وتتميز بالدورية، والتكرار.

ب) سياحة عابرة: وتكون إمَّا عن طريق تنقل السواح بالطرق البرية إثْرَ مرورهم الإضطراري على بلد معين، أو الهبوط الإضطراري لطائرة في مطار ما.

4 -**حسب الجنس**: هذا المعيار يميز نوعان:

أ) سياحة الرجال.

ب) سياحة النساء.

5 -**حسب المناطق الجغرافية**:يضم هذا المعيار الأنواع التالية:

أ) **السياحة الخارجية:** وتعتمد على السياح الأجانب، حيث تسعى كل دولة إلى تشجيع هذا النوع من السياحة لجلب العملة الصعبة، ويعتمد على عناصر جذب داخلي بشكل سليم وخاصة البنى التحتية، والأمن، والإستقرار، وكذا الإنخفاض في الأسعار.

ب) السياحة الداخلية: وهي تنقُّل الأفراد داخل البلد نفسه، وهو يحتاج إلى نوع معين من الخدمات والأسعار.

إن هذا المفهوم أي مفهوم السياحة الداخلية، يختلف من دولة إلى أخرى، فنجد أمريكا، وكندا تُعرِّف السياحة الداخلية حسب مسافة الرحلة التي يقطعها المسافر ، فإذا كانت 100كلم أو أكثر بعيداً عن مقر إقامته

1- توفيق ماهر عبد العزيز ، **صناعة السياحة**، دار زهران، مصر، (1997)، ص52

2 - الموسوعة الجغرافية، متوفر على الموقع : http://www.4geography.com/vb/program/alhjerdesign_program_02.jpg

This is trial version
www.adultpdf.com

يعتبر سائحاً داخلياً، أما في بلغارياً وألمانياً، فيُعرِّفون السائح الداخلي على أنه المواطن الذي يقضي خمسة أيام بعيداً عن محل إقامته. كما نجد عند البلجيك، والبريطانيين يكون السائح الداخلي هو ذلك الشخص الذي يقضي أربع ليال أو أكثر بعيداً عن سكنه، لغير أغراض العمل.

6 -**حسب الجنسية** يصنِّف: هذا المعيار السياحة كالتالي:

أ) **سياحة الأجانب:** تنظَّم لجذب السواح الأجانب، بتلبية رغباتهم المختلفة.

ب) **سياحة المقيمين خارج البلد:** تنظَّم رحلات سياحية لزيارة البلد.

7 -**حسب الأغراض السياحية:** هذا المعيار يصنِّف السياحة كالتالي:[1]

أ) **سياحة المتعة:** وهي لقضاء العطل، وتعد من أقدم أنواع السياحة التي عرفها العالم.

ب) **السياحة الثقافية:** بزيارة الأماكن الأثرية، والمتاحف، والمعابد.

ج) **السياحة الإستشفائية:** تهدف إلى العلاج أو قضاء فترات النقاهة.

د) **السياحة الرياضية:** تهدف إلى ممارسة الأنشطة الرياضية في بلدان أخرى.

ه) **السياحة التجارية:** يقوم بها رجال الأعمال والتُّجار ليزورون المعارض والأسواق التجارية.

و) **السياحة الدينية:** هي السفر من دولة لأخرى ، أو الإنتقال داخل حدود دولة بعينها لزيارة الأماكن المقدسة ، فهي سياحة تهتم بالجانب الروحي للإنسان ، وتُعد مزيج من التأمل الديني والثقافي، وهذا النوع من السياحة قديم جداً ، تَشتهر به العديد من الدول التي يقصدها الحجاج بالملايين، من أنحاء العالم في مواسم معينة، وتأتي السعودية في مقدمة هذه الدول ، حيث يَفِدُ إليها سنوياً الملايين من المسلمين، لأداء فريضة الحج أو العُمرَة.

8 -**حسب أماكن النوم:** تُقَسَّم السياحة حسب أماكن النوم إلى الأنواع الآتية[2] :

أ) **السياحة في الفنادق:** تستخدم للنوم وللإقامة وهي من أكثر الأنواع إستخداماً، وتفضيلاً خاصة من طرف السياح كبار السن والمتزوجين، وتؤمن راحة عالية، وتقدم خدمات سياحية متكاملة تشمل الخدمات الأساسية.

ب) **السياحة في الموتيلات:** أصل كلمة موتيل أمريكي، هي إختصار للكلمتين "موتور وأوتيل " والموتيل يمثل فندقاً للسياح، الذين يصطحبون معهم مركباتهم أثناء السفر، وتطوَّر هذا النوع من السياحة، بداية في الولايات المتحدة الأمريكية، في الفترة مابين الحربين العالميتين، بحيث بنيت على جوانب الطرق الطويلة، ليستريح فيها المسافرون، ويُصلحون مركباتهم، وتكون مدة إقامة المسافرين محدودة، لا تزيد في العادة على ليلة واحدة.

---

1 - World Tourism Barometer, Committed to Tourism, ‘‘Travel and the Millennium Development Goals’’, Volume 5. No. 2 Madrid, (June 2007), p.18.

2 - مروان محسن السكر، **السياحة مضمونها و أهدافها، سلسلة الإقتصاد السياحي**، الجزء الأول، دار مجدلاوي، الأردن، (1994)،ص15.

This is trial version
www.adultpdf.com

ج) **السياحة في القرى السياحية:** ظهرت القرى السياحية في البداية في فرنسا، والنمسا بعد الحرب العالمية الثانية، وكانت مخصصة لأعضاء النوادي السياحية، وأصبحت حالياً مواقع سياحية لجميع السياح، وبنيت فيها المرافق الحديثة.

د) **السياحة في البانسيونات:** وهي فنادق صغيرة، ومعظم أصحابها ورثوها عن أجدادهم الأرستقراطيين، وهي تشمل بِنيات كبيرة متكاملة، وهذا النوع من البانسيونات موجود بشكل كبير في فرنسا، وإيطاليا واليابان.

ه) **السياحة في المخيمات:** هذا النوع من السياحة يتطور بسرعة كبيرة جداً، وسبب هذا التطور هو أن الناس يحبون الإقتراب من الطبيعة، والإبتعاد عن الإنزعاج والضجيج.

المطلب الثاني: تطور النشاط السياحي بالجزائر.

بالنسبة للجزائر، وجود الظاهرة السياحية حديث النشأة نسبياً، يرجع إلى الفترة الإستعمارية ويمكن التطرق إلى تاريخ السياحة في الجزائر، عبر مرحلتين هما: مرحلة ما قبل الإستقلال، ومرحلة الإستقلال.

أولا: مرحلة ما قبل الإستقلال

خلال فترة الإحتلال الفرنسي، وبالتحديد بداية القرن التاسع عشر، بدأ ظهور النشاط السياحي منذ إنشاء اللجنة الشتوية الجزائرية سنة (1897)، ساهمت هذه اللجنة في تنظيم العديد من القوافل السياحية من أوربا إلى الجزائر، وهذا ما دفع المستعمر إلى إنشاء مقرات لتلبية حاجا ت السواح الأوروبيين ففي هذه الفترة، تم تشكيل نقابات سياحية، بمدينة وهران في سنة (1914)، وبمدينة قسنطينة سنة (1916) وفي سنة (1919) تشكلت فيدرالية للسياحة، والتي تجمع 20 نقابة، وفي ذلك الوقت كانت تمول من طرف المستعمر الفرنسي، وفي سنة (1928) أُنشأ القرض الفندقي في الجزائر لتسهيل، وتشجيع الإستثمار في المجال السياحي كما أنشأ الديوان الجزائري للنشاط الإقتصادي، والسياحي في سنة (1931) الذي كان يهدف إلى التنمية السياحية، بحيث أصبح يُعرف بإسم مركز التنمية السياحية.[1]

إن الإستعمار الفرنسي كان على دراية بأهمية الموارد السياحية في الجزائر، فسعى إلى إستغلال هذه الموارد، وذلك بتوجيه الإستثمار في مجال السياحة، وخاصة بناء الفنادق، وتوفير وسائل النقل للسياح.

ثانيا: مرحلة الإستقلال

خلَّفَ المستعمر، بعد إستقلال الجزائر، كل إنجازاته في مجال إستغلال الموارد السياحية، بحيث ورثت الجزائر قدرات إيواء تقدر بنحو (5922) سرير تُسَيِّرُ ذاتياً من طرف لجنة مختصة في تسيير الفنادق، والمطاعم موزعة على حسب الجدول الموالي:

1 - كواش خالد، **مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، العدد01، السداسي الثاني، شلف(2004)، ص233.

This is trial version
www.adultpdf.com

جدول رقم: 2

توزيع طاقات الإيواء على حسب طبيعة المنتج السياحي سنة (1962).

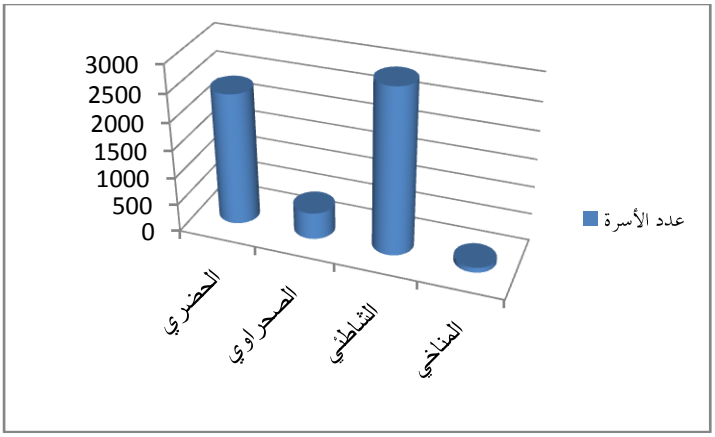
المنتج السياحي	الحضري	الصحراوي	الشاطئي	المناخي	المجموع
عدد الأَسِرَّة	2377	486	2969	090	5922
النسبة %	40	08	50	02	100

Source:Heddar Belkacem, **Rôle socio Économique Du Tourisme,** OPU ،Alger, 1988، p48

والشكل التالي يوضح نسب توزيع الأَسِرَّة على حسب المنتج السياحي.

الشكل رقم:1

نسب توزيع الأَسِرَّة على حسب طبيعة المنتج السياحي لسنة (1962).



المصدر :من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول أعلاه.

من خلال الجدول رقم: (2) نلاحظ أن المستعمر الفرنسي، كان يولي أهمية للسياحة الشاطئية بحيث تمثل نسبة طاقا ت الإيواء، لهذا النوع من السياحة 50%، وذلك لتوافد السياح بنسبة كبيرة، لزيارة الشواطئ الجزائرية، وتليها السياحة الحضرية بنسبة 40%، والسياحة الصحراوية لم تلقى الإهتمام والذي تدل عليه طاقات الإيواء المتدنية، وذلك بنسبة 8%، وتليها السياحة المناخية بنسبة ضعيفة تقدر ب 2%.[1]

أُسْنِدَتْ مهام تسيير الهياكل السياحية سنة (1962) إلى الديوان الوطني الجزائري للسياحة إلى غاية (1964)، حيث تم إنشاء وزارة السياحة، وخلال هذه الفترة لم يعرف القطاع السياحي أي إنجازات بارزة وذلك لعدة نقائص، وخاصة اليد العاملة المؤهلة، وإنعدام الدعاية، والظروف الإجتماعية الصعبة التي كان يعيشها الشعب الجزائري آنذاك، ومن أجل خلق الظروف المساعدة على التنمية السياحية، أصدرت الدولة

1 - Heddar Belkacem, op.cit , p 48

This is trial version
www.adultpdf.com

الميثاق السياحي سنة (1966م) الذي جاء بعدة توجيهات نذكر منها:[1]

أ) **تهيئة الظروف الملائمة لإنطلاق التنمية السياحية، ومن أجل ذلك تقرر مايلي:**

- تحديد مناطق للتهيئة السياحية، والتي يمكن إنجاز فيها كل التجهيزات المسبقة؛
- القيام بعملية الجرد الشامل لكل الثروات السياحية قصد تصنيفها وتهيئتها؛
- القيام بوضع نصوص قانونية، وتنظيمية جديدة؛
- القيام بالإجراءات الإدارية اللازمة لحمايتها.

ب) **الإسراع في إصلاح وتوزيع الفنادق السياحية الموجودة عبر مختلف مناطق التوسع السياحي:**

ومن أجل تنمية وإصلاح الفنادق الموجودة، إتَّخَذَتْ الوزارة الوصية جملة من الإجراءات تتمثل في:

- إختيار الفنادق والمطاعم، والمقاهي ذات الطابع السياحي؛
- إصلاح كل المرافق المخصصة للعطل عبر الشواطئ.
- إنشاء الفنادق السياحية الضخمة (المركبات السياحية) التي تتوزع عبر مختلف المناطق الشاطئية والحمامات المعدنية، والصحراوية، وإقامة الصناعة الفندقية كان بهدف:

■ الدعم بالعملة الصعبة، إختيار الجزائر لنموذج تنموي يقوم على الصناعات المصنعة، يتطلب موارد مالية معتبرة، لذلك فإن الجزائر كانت بحاجة ماسة إلى تجنيد كل الأنشطة، التي من شأنها توفير موارد مالية بالعملة الصعبة، لتمويل التنمية، وعليه فإن تنمية القطاع السياحي، كان بهدف تعزيز إيرادات الدولة بالعملة الصعبة؛

■ تحقيق مناصب شغل جديدة في الوحدات السياحية المقرر إنشاؤها، من أجل إمتصاص جزء من البطالة.

لقد تم تسجيل نتائج جيدة في الفترة ما بين سنة (1966-1976)، ولاسيما فيما يخص إستقبال السواح الأجانب لأن سياسة التنمي ة السياحية، كانت موجهة آنذاك نحو السوق الدولية، وتراجع خيار السياحة الدولية لصالح السياحة الداخلية، بفعل صدور الميثاق الوطني في سنة (1976)، الذي نتج عن إعادة النظر في الخيارات على الصعيد السياسي، وإنسحاب الدولة إبتداء من الثمانينات من الإستثمار السياحي دون أن تقوم السلطات العمومية في المقابل، بتوفير محيط تحفيزي للإستثمار الخاص في القطاع، إنعكس هذا الوضع في ركود الإستثمار السياحي العمومي، رغم قيام القطاع الخاص بإنجاز بعض المشاريع المتواضعة.[2]

لكن إنهيار أسعار المحروقات وإحتياطي الصرف، أرغم السلطات العمومية على إعادة الإعتبار مرة أخرى للتنمية السياحية، وذلك بالإعتماد نهائياً على مبدأ تحرير النشاطات السياحية، وإنفتاحها على السوق الخارجية، كما أن عدم إستقرار السياسات التنموية، لم تسمح بإرساء إستراتيجية لبناء صناعة سياحية على

1- الميثاق السياحي الجزائري لسنة (1966) .

2 - الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، مشروع تمهيدي لقانون توجيهي متعلق بالتنمية المستدامة لسنة (2001)، ص2.

This is trial version
www.adultpdf.com

المدى البعيد، لهذا بدأت الوزارة الوصية على قطاع السياحة خلال سنة(2000)، في إعداد إستراتيجية من أجل تطوير قطاع السياحة، كما سعت الجزائر لتجسيد مخطط للتنمية المستدامة، لآفاق (2010) المصادق عليه من طرف مجلس الوزراء، من خلال ترتيب تشريعي يحدد بوضوح، التوجهات الكبرى للتنمية السياحية في الجزائر خلال العشرية (2001– 2010).[1]

المطلب الثالث: أهمية قطاع السياحة

إنطلاقاً مما سبق ، عن تشعب مفهوم السياحة تبرز أهميتها البالغة على المستويات الإقتصادية والإجتماعية، والثقافية وحتى السياسية بالنسبة لكل دول العالم، لكن هذه الأهمية تتفاوت نسبياً من بلد لآخر، على جميع المستويات نذكرها كالتالي:

أولا: الأهمية الإقتصادية

تساهم السياحة في تحقيق التنمية الإقتصادية للدول، من خلال ما تحققه من مزايا، وفوائد عديدة تعود على المجتمع، من خلال الإستثمارات المختلفة الموجهة إلى القطاع السياحي، وتعتبر السياحة مصدراً هاماً من مصادر الدخل بالعملات الصعبة، وذلك راجع إلى بيع الخدمات السياحية، والسلع المتعلقة بها كما تُحقق فرص عمل كثيرة بشكل مباشر وغير مباشر، وجذب الإستثمارات الأجنبية ومن هنا يتضح الدور الذي تقوم به السياحة، في دفع عجلة التنمية الإقتصادية، إذْ تُشكل موردً هاماً للعديد من الدول العظمى مثل إيطاليا، الولايات المتحدة الأمريكية، إسبانيا وشرق آسيا...إلخ.

هذا، وتبرز إحصائيات منظمة السياحة العالمية، أن حركة السياحة العالمية، خلال عام (2012) سجلت عائدات بلغت نسبتها 4%، لتصل هذه العائدات إلى1075 مليار دولار، بالمقابل كانت 1042 مليار دولار في عام (2011)، أي ما يتخطي التريليون دولار بقليل، بينما إرتفع عدد السياح الدوليين إلى 1035 مليون سائح، أي ما يفوق المليار سائح، بنسبة زيادة بلغت أيضاً 4%.[2]

وتَبرز السياحة كنشاط إقتصادي كثيف العمالة ، حيث تعد من أكثر القطاعات توظيفاً ، سواءً من خلال الوظائف المباشرة في المنشآت المقدمة للخدمات السياحية ، أو في المنشآت الصغيرة والمتوسطة ، التي يملكها ويديرها أفراد حرفيون ، تعد مصدر دخلهم الوحيد ، وبالنظر في الوظائف غير المباشرة ، فإن كل وظيفة مباشرة في قطاع السياحة تقابلها وظيفتان غير مباشرتين، ما يعني أن كل وظيفة تحدث في القطاع فإنها تمثل ثلاث فرص عمل، وليست وظيفة واحدة.

1 - مجلة الجزائر، سياحة **زيارة إلى بلاد السياحة**، العدد رقم 28 ،(2004)، ص6.

2 - إحصئيات المنظمة العالمية للسياحة 2013. متوفر على الموقع: http://www.unwto.org/ar . LE 23/11/2013

This is trial version
www.adultpdf.com

فحسب تقرير منظمة السياحة العالمية لعام 2012 فإن القطاع يوفر عالمياً نحو 260 مليون فرصة عمل.[1] وجذب الإستثمارات الأجنبية، كما تساهم السياحة في تحقيق الإستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والبشرية والحضارية، والتاريخية المتاحة، ومن شانها أيضا تفعيل باقي القطاعات مما يساعد في زيادة الدخل الوطني.[2]

ثانيا: الأهمية الحضارية الثقافية والإجتماعية

تتمثل هذه الأهمية في إنتشار ثقافات الشعوب، وحضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة وتوطيد العلاقات بينهم، وزيادة معرفة شعوب الأرض ببعضهم البعض، أي إنفتاحهم على مختلف ثقافات العالم، مثلاً المجتمع الجزائري نتيجة الإحتكاك ينفتح على الغير ويتطور من جهة، ومن جهة أخرى تُنقل صورته المرغوبة إلى العالم، ويصحح كل التعتيمات التي خلَّفتها فترات سابقة، وأبرزها العشرية السوداء التي تركت إنطباعا سيئا عن سلوكيات المجتمع الجزائري، الذي إنعكس مباشرة على علاقاتها الخارجية.[3]

ثالثا: الأهمية السياسية

إذا كانت السياحة الناجحة تؤثر في الميدانين الإقتصادي والإجتماعي، فإنها من ناحية أخرى قد تحقق أهدافاً سياسية، إذا ما رَغِب صانعو القرار السياسي في ذلك. وإنَّ تنقُّل الأشخاص ضمن البلد الواحد يفسح مجالاً واسعاً للتعارف والتحاور، وبلورة التصورات الآنية، والمستقبلية في مختلف المجالات السياسية والإقتصادية والإجتماعية، فضلاً عن ذلك فإن الإحتكاك بين أشخاص من جنسيات مختلفة سيكسبهم لا محالة قدراً كبيراً من الفهم والإدراك، والوقوف على ثقافات الآخرين، وعاداتهم، ومعتقداتهم، ونمط حياتهم وهذه كلها تعمل على مد الجسور بين شعوب ذات ثقافات متباينة، وليس بين الأفراد فحسب وإنما بين التنظيمات المختلفة، والحكومات أيضاً. وهنا تتشكل تصورات تنطلق من معطيات أقرب إلى الحقيقة منها إلى التخمين.[4]

من خلال ما تقدم، نستنتج بأن حاجات التنمية، توجب ترقية قطاع السياحة بالجزائر، بحيث إن تطور المحيط الإقتصادي الجديد، الذي فرض تغيير الإستراتيجيات الإقتصادية، والعمل على تنويع مصادر الدخل بالإهتمام بالقطاعات الإقتصادية الأخرى غير المحروقات، وذلك لجلب المزيد من العملة الصعبة ما جعل الجزائر تدرك أن السبيل الوحيد للإستمرارية مستقبلاً هو التنمية المستدامة، وذلك من خلال خلق الثروة عن طريق الإستثمار في المشاريع التنموية، ضمن مختلف المجالات، لكونه يسمح بتطوير السلع والخدمات بالقدر المطلوب والنوعية المفضلة، بإدخال طرق وأساليب جديدة للإنتاج، وبزيادة الإنتاجية وبتحقيق تغير إقتصادي كمي وكيفي، الذي يمكِّن من توسيع السوق القائمة وفتح أسواق جديدة.

---

1 - تقرير منظمة السياحة العالمية السنوي للعام 2012. أنظر الموقع: http://mkt.unwto.org/en/barometer .

2 - تقرير وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، مديرية الإحصائيات، (2012).

3 - مخلوفي عبدا لسلام، **دور السياحة في التنمية المحلية**، الملتقى الدولي حول واقع ومستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر دار، الثقافة بشار، 2003.

4- عبدا لرحمن السحيباني، حبيب الخير، **الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي**، دليل مفهوم السياحة المستدامة، سلسلة1، (2010)، ص2 .

This is trial version
www.adultpdf.com

ومن بين أهداف التنمية السياحية المستدامة، تنمية وتنفيذ تدابير تخطيطية فعالة، لإستخدامات الأراضي، تؤدي إلى تعظيم الفوائد السياحية المحتملة، من النواحي الإقتصادية والبيئية، مع تقليص إحتمالات التدهور البيئي، والحضاري.[1]

كما تهدف تنمية الصناعة السياحية ، إلى تحقيق زيادة مستمرة ، ومتوازنة في الموارد السياحية. وإنَّ أول محور في عملية التنمية، هو الإنسان الذي يُعدُّ أداتها الرئيسية[2]. لهذا فإن الدولة مطالبة بالسعي إلى توفير كل ما يحتاج إليه لتبقى القدرات البدنية، والعقلية، والنفسية لهذا الإنسان على أكمل وجه.

عملية تنمية وتطوير السياحة، تكون بجرد المصادر التي يمكن إستخدامها، في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علمي، بل وإيجاد مناطق جديدة ، قد تجذب إليها السائحين ، والتقويم هنا ليس مجرد تخمين نظري، وإنما تقويم مقارن ة مع المنتجات السياحية للدول المنافسة ، و إعتمادها على إتجاهات وخصائص الطلب السياحي العالمي، والذي يعد الأساس في تحديد ، وإيجاد البنية التحتية والقومية للسياحة، عبر تشجيع الإستثمار السياحي، وتسهيل عمل شركات الإستثمار، من خلال تخفيض الضرائب، والإجراءات الجمركية على الأجهزة، والمعدات اللازمة لمشاريعهم.[3]

فالسياحة ليست قادرة على توفير فرص العمل فحسب، بل والسلام أيضًا. ففي بلدان مثل تركيا وفَّرت العائدات السياحية حافزًا قويًا، من أجل دوام الإستقرار، فمن أهم المشاكل التي تعاني منها السياحة في الدول العربية والإسلامية، عدم الإحساس بالأمن والإستقرار، وذلك يمثل التحدي الحقيقي الآن في الصناعة السياحية المستدامة.

المطلب الرابع: التخطيط، والتسويق السياحي

لتحقيق التنمية السياحية، يقتضي وضع سياسة سياحية عامة موحدة، على أن تكون هذه السياسة أو الخطة السياحية، نتيجة لدراسة جميع العوامل، والظروف المختلفة، وبالإشتراك مع الجهات المسؤولة المتصلة بالنشاط السياحي، وتتضمن هذه السياسة تحديداً دقيقاً للأهداف المطلوب تحقيقها، وخطة للعمل في شتى القطاعات الدعائية، والتمويلية، والتخطيطية ..الخ[4]

أولا: التخطيط السياحي

يُمَثل التخطيط السياحي، تلك الصورة التقديرية المستقبلية، للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة، ويقتضي ذلك حصر للموارد السياحية في الدولة، من أجل تحديد أهداف الخطة

1 - يسري دعبس، **العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية**، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، (2002) ، ص 119.

2 - عبد القادر مصطفى، **دور الإعلان في التسويق السياحي**، الحواسب الجامعية للندوات ط1 ، بيروت، (2003) ، ص197.

3- توفيق ماهر عبد العزيز **مرجع سابق**، ص198.

4 - صلاح الدين عبد الوهاب، **التخطيط السياحي**، الدار القومية للطباعة والنشر، المكتبة السياحية، مصر، بدون تاريخ، ص 74.

This is trial version
www.adultpdf.com

السياحية، وتحقيق تنمية سياحية سريعة، ومنتظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي، ومناطق الدولة السياحية.[1]

يعتمد نجاح التخطيط السياحي على عدّة عوامل تشمل ما يلي:[2]

- أن تكون خطة التنمية السياحية جزءًا لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الإقتصادية والإجتماعية؛
- أن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الإقتصادية المختلفة؛
- أن يتم إعتبار تنمية القطاع السياحي، كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الإقتصادية؛
- أن تكون هذه الصناعة جزءًا من قطاعات الإنتاج، في الهيكل الإقتصادي للدولة؛
- قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب، وحجم التدفق السياحي؛
- أن يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية؛
- التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الإقتصادي العام، وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.

ومن بين عوامل نجاح التخطيط السياحي، كذلك وجوب توفر أربعة علاقات:[3]

1 - **علاقة التخطيط بالنشاط الإقتصادي:** نجاح النشاط السياحي في أي منطقة يرتبط إرتباطًا وثيقًا بمستويات الأنشطة، التي يمكنها أن تؤدي إلى تحقيق زيادة متواصلة في الدخول، وإمكانية الإقتصاد المحلي على إمتصاص هذه الدخول وإستخدامها.

2 - **علاقة التخطيط بالبيئة:** السياحة، والبيئة مرتبطان إرتباطاً وثيقا، ذلك أن التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي المتمثلة في المناخ، والمناظر البيئية الطبيعية والشواطئ وغيرها، وفي عوامل الجذب التي هي من صنع الإنسان، كالمناطق التاريخية الأثرية، والحديثة وغيرها، وهنا تبدو نقطة هامة تتعلق بضرورة التخطيط لكيفية المحافظة على الأصول البيئية.[4]

إنَّ التخطيط البيئي يتبع النهج الوقائي في التعامل مع القضايا البيئية ، فإعتماد مبدأ الوقاية خير من العلاج وتطبيقه، أقل كلفة وأكثر فعالية من معالجة المشكلات بعد حدوثها ، و ذلك أن أسلوب إتخاذ الإجراءات اللازمة لإصلاح الضرر البيئي حين ظهوره ، أسلوب مكلف وصعب ، وأحياناً يكون عديم الجدوى، بعكس أسلوب معالجة جذور المشكلة ، والعمل على منعها و تجنبها مبكراً قبل حدوثها، وهو أسلوب التخطيط البيئي.

1- نبيل الروبي، **التخطيط السياحي**، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، (1987)، ص65.

2- محمد الشيراوي، عبد المنعم، **واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين**، دار الكنوز الأدبية، بيروت، (2002) ، ص 37.

3- نورالدين هرمز، **التخطيط السياحي والتنمية السياحية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الإقتصادية والقانونية، المجلد 28،العدد 3 (2006)، ص15.

4- الإتحاد العربي للتنمية المستدامة والبيئة، أنظر الموقع: http://www.al-seyassah.com/mainpage/tabid/36/Default.aspx

This is trial version
www.adultpdf.com

3 - **علاقة التخطيط بالقادمين إلى المنطقة السياحية:** يكون من الملائم تهيئة المقيمين لتزويد السائحين بالمعلومات التي تتيح لهم المتعة الذهنية، فإن تزاوج كل من الإمتاع النفسي والإثراء الذهني، يجعل السائحين أكثر رغبة في زيارة المنطقة مرة أخرى.

4 - **علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي:** وإذا كان التخطيط يهدف إلى زيادة موارد الدولة من النقد الأجنبي، فإن نجاح التخطيط السياحي، يقاس بالنسبة للدول النامية بصفة خاصة، بمدى قدرته على زيادة التدفق من النقد الأجنبي إلى الدولة، سواء من خلال عائدات السياحة الدولية، أو من خلال إنسياب رؤوس الأموال الأجنبية للإستثمار السياحي.

ثانيا: التسويق السياحي

ضمن النشاط السياحي، يفيد مصطلح السوق عن المخطط الجغرافي للبلد، ويمكن ترتيب الأقسام الجغرافية لهذا السوق كما يلي: [1]

1 - **السوق السياحي الدولي** : يضم السواح الأجانب المقيمين في البلدان الأخرى، حيث إن المنظمة العالمية للسياحة قامت بتقسيم العالم إلى 6 جهات مرجعية لدراسة السوق: أوروبا، وأمريكا، وآسيا الشرقية وآسيا الجنوبية، وإفريقيا، والشرق الأوسط .

2 - **السوق السياحي الوطني** : يضم السواح المقيمين في الوطن، والمقيمين الأجانب (الدبلوماسيين والطلبة...). هذا، ويمثل السوق السياحي كافة الأفراد والمؤسسات، التي تسعى إلى إشباع حاجات ورغبات معينة في أقطار أو أماكن سياحية، تُقدِّم عدداً من المنتجات السياحية، التي قد ترتبط بموقع أثري أو ديني أو ثقافي، من خلال وسائل مساعدة كالنقل بأنواعه والفنادق، والمطاعم، وغيرها كما يتضمن السوق السياحي مشتريات السياحة المختلفة، والتي تضم السياحة المحلية، والإقليمية، والدولية.[2]

يُعتبر التسويق السياحي جزءاً من التسويق، ويُعرَّف بأنه "التنفيذ العلمي والنسق لسياسة الأعمال من قِبل المشاريع السياحية، سواء كانت عامة أو خاصة، لغرض تحقيق الإشباع الأقل لحاجات مجموعة من المستهلكين المحدَّدين، بما يحقق من ربح ملائم" [3]. فهو يسعى إلى جذب أكبر عدد ممكن من السواح، بحيث يعمل على إشباع حاجاتهم، ورغباتهم فهو بذلك بحاجة إلى طلب وعرض للمنتج السياحي. [4] ويُعرِّفه فِيلِيبْ كُوتْلِرْ "Philip Kotler"[5] على أنه مجموعة من الأنشطة الإنسانية الموجهة نحو توفير، وإستهلاك الأشياء القابلة للتبادل.[6]

---

1 - Robert lanquar, Robert hollier **le , Marketing Touristique** , 7ème édition , France, (2002) p11 , 12.

2- محمد عبيدات، **التسويق السياحي**، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى ، عمان، (2000) ص 45 .

3 - سراب إلياس وآخرون، **تسويق الخدمات السياحية**، دار الميسرة، الطبعة الأولى، عمان، (2002) ، ص 11 .

4- مسعود مصطفى الكتاني، **علم السياحة والمنتزهات**، الدار الجامعية، القاهرة، (1990) ص 531.

5- **فيليب كوتلر**، بروفيسور في التسويق الدولي بجامعة نورث وسترن في إلنوي.

6 - Philip kotler, Benard Dubois, **Marketing Management, Public,** Union, paris, 8éme Edition 1994, p 30

This is trial version
www.adultpdf.com

كما يُعرَّف التسويق السياحي: "بأنه نشاط إداري، وفني تُقَوَّمُ به المنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها في سبيل تحديد الأسواق السياحية المرتقبة، والتعرف عليها والتأثير فيها، بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي، ودوافع السائحين."[1]

وعليه فإن عملية التسويق السياحي تمثل التنفيذ المنظم، والمنسق للسياسات السياحية، من خلال المؤسسات السياحية الحكومية ، والخاصة على المستوى المحلي، والوطني، والإقليمي، أو الدولي لتحقيق الإشباع لدى الأسواق السياحية المستهدفة، والحصول على عائد مناسب سواء كان تقديم خدمة، أو نمو سياحي، أو دخل سياحي ...إلخ[2]

ومن جهة أخرى، يُعرَّف المنتج السياحي بأنه يمثل الواقع الملموس للصورة أو الطابع السياحي وينجم هذا الواقع بفعل إندماج المعطيات الطبيعية، أو المصادر والمراف ق والتسهيلات في الموقع السياحي، مع وسائل النقل إلى الموقع بحيث تشكل هذه العناصر مجتمعة، طابعاً بارزاً، وعلاقة مميزة للموقع أو البلد السياحي."[3]

3 - **تعريف العرض السياحي:** يتضمن جميع ما تعرضه المنطقة السياحية، إلى سوَّاحها الفعليين أو المتوقعين أي عوامل الجذب الطبيعية، والتاريخية، والصناعية وهي: [4]

أ) **المكونات الطبيعية مثل :**

- المناظر الطبيعية (غابات، صحاري،كثبان رملية .....الخ)؛
- نباتات، وحيوانات؛
- المناخ.

ب) **المكونات الصناعية مثل:**

- التطور العلمي والتكنولوجي (المطارات، الأنفاق، الأنهار،...)؛
- آثار الحضارات القديمة؛
- الأحداث التقليدية؛
- الأماكن الثقافية.

4 - **تعريف الطلب السياحي:** يُعَرَّفْ على أنه، الكمية التي تنوي مجموعة معينة من المستهلكين شراءها من السلعة أو الخدمة بسعر محدد، في زمان ومكان محدَّدين، ويمكن قياس مستوى الطلب بأسعار مختلفة[5].

---

1 – مصطفى عبد القادر،**دور الإعلان في التسويق السياحي**، لمؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع،بيروت ،(2003)،ص195.

2 - خالد مقابلة علاء السرابي، **التسويق السياحي الحديث**، دار وائل للنشر، عمان، الأردن (2001) ص12 .

3- عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، **مرجع سابق**، ص27 .

4- محمد عبيدات، **مرجع سابق**، ص46.

5 - فؤاد رشيد سمارة، **تسويق الخدمات السياحية** ، المستقبل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، (2001)، ص 24 .

This is trial version
www.adultpdf.com

ويُعَرَّفْ أيضاً بأنه عدد الزوار الإجمالي لقطاع جغرافي معين، في فترة معينة، وفي ظروف بيئية محددة.[1] ويتميز الطلب السياحي بمرونة عالية، بالنسبة للأسعار والدخول، ويتأثر الطلب بالظروف السياسية والإجتماعية، ويتميز أيضا بالموسمية.

ويمكن تعريف الطلب السياحي على أنه": العدد الإجمالي للزائرين في منطقة معينة، في مدة محددة"[2].

أ) **أسباب زيادة الطلب السياحي**، إنَّ من أهم أسباب زيادة الطلب السياحي ما يلي:

- الصفات الديموغرافية المختلفة: مثل العمر والجنس والحالة الإجتماعية؛
- الأسعار: أسعار السلع والخدمات، وتكاليف السفر والإقامة؛
- زيادة أوقات الفراغ، والإجازات المدفوعة الأجر؛
- سهولة وإمكانية القدرة على التنقل؛
- زيادة الدخل القابل للإنفاق.

ب) **أنواع الطلب السياحي**، يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الطلب السياحي:[3]

1) **الطلب السياحي العام**: يقصد بهذا النوع من الطلب السياحي، الطلب العام على إجمالي الخدمات السياحية، بشكل عام بصرف النظر عن الوقت، والنوع والمدة، ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل، وليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها.

2) **الطلب السياحي الخاص**: يرتبط هذا النوع من الطلب السياحي، ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته وإحتياجاته، ويختص هذا البرنامج بإشباع تلك الرغبات ومن هنا فإن هذا الطلب على برنامج معين يعتبر طلباً خاصاً، أو بمجموعة من السياح وليس كل السياح.

3) **الطلب السياحي المشتق**: يرتبط هذا النوع من الطلب، بالخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي، مثل الطلب على الفنادق، أو الطلب على شركات الطيران أو الطلب على شركات النقل السياحي، أو الوكالات السياحية، أو الطلب على المأكولات والأطعمة، وتسعى أغلب الدول لتحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص، ثم طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة، ومختلفة وبأسعار متنوعة.

---

1 - Gérard TOCQUER،Michel ZINS: **Marketing Du Tourisme**, 2é me edition, Gaëtanmorin éditeur، France, 1999، P24.

2- Gérard TOCQUER،Michel ZINS: o.p.c.i.t، P25.

3- محسن أحمد الخضيري، **التسويق السياحي**، مكتبة مدبولي، مصر، (1989) ، ص50 .

This is trial version
www.adultpdf.com

ثالثا: السياحة البيئية والموروث الثقافي للشعوب

تعتبر السياحة البيئية ظاهرة حضارية، وسلوكية من ناحية، وإقتصادية وإجتماعية من ناحية أخرى فهي كنشاط إنساني، تساعد على إنتشار الثقافات وتزيد من حركة التواصل، والإتصال بين الشعوب والمجتمعات، بالإضافة إلى أهميتها البيئية كونها تدعو إلى التأمل في الطبيعة، وتسهل الإتصال بها كما أنها تمكِّن من الإستغلال الأمثل للموارد والمعطيات البيئية، والثقافية مع المحافظة عليها وصيانتها هذا النوع الحديث من السياحة يعتمد على التنمية المستدامة، لتحقيق التوازن البيئي من خلال تنظيم النشاط السياحي بالشكل الذي يحترم التراث المحلي، وثقافات المجتمع، مع محاولة إبراز المعالم الجمالية للمنطقة السياحية، وزرع الثقافة البيئية بين السياح والسكان المحليين.

1 – **السياحة البيئية:** منذ مطلع الثمانينات من القرن العشرين ظهر مصطلح السياحة البيئية، وجاء ليُعبِّر عن نوع جديد من النشاط السياحي الصديق للبيئة[1]، ولهذا هناك العديد من التعاريف تبين معنى السياحة البيئية.

فعُرِّفَتْ على أنها عملية تعلم وثقافة وتربية بمكونات البيئة، وبالتالي فهي وسيلة لتعريف السائح بالبيئة والإنخراط فيها.

ويُعَرِّفُهَا الصندوق العالمي للبيئة على أنها " السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث، ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى أي خلل، وذلك للإستمتاع بمناظرها، ونباتاتها، وحيواناتها البرية، وتجليات حضارتها ماضيا" وحاضرا".[2]

إن معظم التعاريف السابقة ، تعتبر أن السياحة البيئية: هي السفر إلى مناطق طبيعية، ولكنها قد تختلف قليلا في الغرض المراد من هذا السفر، قد يكون للراحة والإستجمام والإستمتاع بالطبيعة، والبيئة المحيطة، أو للتعلم، والتعرف، والتثقُّف بمكونات هذه البيئة وحضارتها، إلا أنها لم تتطرق إلى الأخطار التي قد يتسبب فيها الأفراد، لهذه البيئة مع مرور الزمن أو إذا لم تؤخذ الإحتياطات الكافية لذلك، ولهذا السبب جاءت تعاريف أخرى، تعطي المعنى الحقيقي للسياحة البيئية نذكر منها:

–بأنها " السفر إلى المناطق الطبيعية التي لم تلوثها أيدي الإنسان، وبأقل عدد ممكن من السياح بغرض الإستمتاع، والمعرفة، والحفاظ على طبيعة الحياة داخل هذه المناطق، وعدم المساس بحرية وأسلوب نظامها الايكولوجي[3]".

– وعَرَّفها الإتحاد العام للسياحة بأنها "رحلة مسئولة على المحيط، ومراقبة المناطق الطبيعية والمكونات الثقافية القديمة، والجديدة" .[4]

1- محسن أحمد الخضيري، **السياحة البيئية**، مجموعة النيل العربية، القاهرة، (2006) ، ص 42 .

2- أحمد الجلاد، **دراسات في الجغرافية السياحية**، عالم الكتب، القاهرة، (1997) ، ص85 .

3- موفق عدنان الحميري، ونبيل زعل الحوامدة، **الجغرافية السياحية في القرن الحادي والعشرين**، دار الحامد، عمان، (2006) ، ص226.

4- الأمم المتحدة، تنمية السياحة المستدامة، تقرير المجلس الإقتصادي والإجتماعي 02 مارس (2001) . ص03.

This is trial version
www.adultpdf.com

والسائح البيئي[1]: هو الذي يفضل الأساليب البسيطة في الحياة، ويميل إلى الإقامة في الأكواخ والخيام، ولا تهمه الفنادق والمطاعم الفاخرة، ويرغب في تجريب الأطعمة الشعبية التقليدية[2].

2 - **الموروث الثقافي:** تعتبر السياحة البيئية وليدة مجتمع معين، تعطي له كما يعطي لها، وهي سياحة قائمة على التعامل والتفاعل بين السياحة البيئية، والمجتمع المحيط بها، تعطي له الراحة والأمان، ويعطي لها الإستضافة وتنمو العلاقات الإجتماعية، ويزداد التطور والحراك الإجتماعي، في إطار ضوابط سليمة وفعالة كما أنها تعمل على تحقيق وتحسين عملية تحديث المجتمع، وزيادة فاعلية القوى المعاصرة، والحداثة وتفعيل آلياتها، سواء عن طريق تعليم الأجيال الصاعدة، أو من خلال تغيير بعض القيم السلبية وتحويلها إلى قيم إيجابية، وتساعد السياحة البيئية على الإسراع بنقل المجتمعات المنعزلة، والمنغلقة على ذاتها في الداخل، وتحويلها إلى مجتمعات منفتحة على الخارج، وتمكينها من أن تستفيد من منجزات الحضارة.[3]

كما أن السياحة تشكل وظيفة للتوازن الجهوي، والوطني بسبب تثبيت الكثافة السكانية في مواقعها، وإعطائها قيمتها بخلق صورة ذهنية عالمية إيجابية محببة إلى المجتمع المحلي، بصفة عامة، وإلى مجتمع المقصد السياحي بصفة خاصة، هذا من جهة ومن جهة أخرى فأن السياحة كمجال من مجالات الأعمال ونشاط مربح من أنشطة الأعمال، يمكن أن يتم التعامل معه على أساس إقتصادي بحت، يقوم على تعظيم الربح، بما يجعل السياحة مصدراً لمخاطر مهدِّدة للبيئة، والموارد الطبيعية، وللثقافة والتقاليد والعادات، والقيم الأخلاقية. ذلك أنه يتم من خلال السياحة التعامل مع أفراد، أو حتى مؤسسات يأتون من بيئات لها خصوصية، وخلفية تاريخية وسمات ثقافية متميزة، وقيم وأخلاقيات تختلف كثيراً أو قليلاً عن القيم، والأخلاقيات السائدة في المجتمع المحلي المضيف.[4]

3 - **العولمة والسياحة:** إذا بحثنا في مفهوم العولمة[5]، نجد أنها ظاهرة مركبة تتمازج فيها السياسة والإقتصاد، والثقافة، والجغرافيا، والأيديولوجيا، والتقانة، والتغير المؤسسي، وإن كانت ذات بُعد إقتصادي ـ سياسي بالدرجة الأولى، يراد بها تحقيق التشابك على المستوى الدولي، وتحقيق الإندماج والتكامل عن طريق التأثير في سيادة الدول، وتذويب الحدود أمام الشركات المتعددة الجنسيات كما يتم تحقيق التشابك، والإندماج والتكامل عن طريق خلق علاقات دولية قائمة على تحرير التجارة والمعاملات

1- يعرف السائح البيئي بأنه ذلك الإنسان الذي يستطيع أن يكون رافضا للتلوث، وداعيا لصحة وسلامة البيئة، وحريصا علي التعاقد على البرامج السياحية البيئية: أنظر المرجع، الموسوعة البيئية أنظر الموقع: http://www.bee2ah.com /

2- محمد الصيرفي، **السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر**، المكتب الجامعي الحديث، مصر، (2009)، ص226 .

3- محسن أحمد الخضيري، **السياحة البيئية**، مرجع سابق، ص60 .

4- صولح سماح، **ضغوط السياحة على قيم وثقافة وتقاليد المجتمع** مداخلة مقدمة في إطار ملتقى دولي، حول إقتصاد السياحة والتنمية المستدامة 09-10مارس (2010) جامعة بسكرة.

5 - العولمة الإقتصادية تعرف أنها تعاون إقتصادي متنامي لمجموع دول العالم، و الذي يُحتمه ازدياد حجم التعامل في السلع والخدمات وتنوعها عبر الحدود بالإضافة إلى تدفق رؤوس الأموال الدولية و للإنتشار المتسارع للتقنية في العالم. أنظر المرجع: عاطف السيد، العولمة في ميزان الفكر، مطبعة الإنتصار، القاهرة، (2001)، ص 08.

This is trial version
www.adultpdf.com

المالية الدولية، وإنفتاح الأسواق الوطنية، وربطها بالسوق العالمية، بحيث يبدو فك الإرتباط بينها خياراً غير ممكن التطبيق، والعولمة تَبرز كحقبة للتحول الحضاري من حضارات متباينة، نحو حضارة محدودة القسمات وهي حضارة إستهلاكية، بغية الوصول إلى إختراق مجتمعات، وإقتصاديات العالم والوصول كذلك إلى نمط إستهلاكي رأسمالي قائم على إشاعة الثقافة الإستهلاكية الغربية بل الأمريكية حصراً.[1]

ويمكن تعريف العولمة الثقافية بإعتبارها عملية التغيير والتحفيز التي تمكن الشركات، والمنظمات السياحية للتعرف على عملائها، الحاليين والمحتملين، والتواصل معهم لتحديد إحتياجاتهم ورغباتهم، ودوافع التأثير المحلي، والإقليمي على المستوى الوطني، أو الدولي لتطوير وتكييف منتجاتها لتحسين رضا السواح وتعظيم الأهداف التنظيمية.[2]

ومنه يمكن ان إنَّ المجتمعات والتكتلات البشرية، لا تتميز ولا تصير مستقلة من تلقاء ذاتها، أي أنها تنظم نفسها بالمعنى الواسع، ولا تنظيم بدون مثقفين، وبدون منظمين وبدون قادة، والثقافة هي المكون الهام في الهوية، لأنها عنصر متحرك بإتجاه العالم المفتوح على الهوية الأصلية، والمفتوح على العالم، والتعبير عن العالم الفكري، الذي تكوَّن للأمة عبر التاريخ، والإستمرار الطبيعي للقيم الإيجابية التي خلفها الأسلاف والتنظيم الثقافي يجب أن يكون عضوياً، في البنى الإجتماعية بحيث يشكل إسمنتاً يربط البنية التحتية بالبنية الفوقية، ويكون بذلك الكتلة التاريخية.[3]

وفي هذا الإطار نجد بأن الدين الإسلامي، حث على الإهتمام بمختلف الجوانب التي ترتبط بالبيئة وعلاقتها بالإنسان ، وأساليب المحافظة عليها، وإستغلال الموارد الطبيعية إستغلالاً حسناً بدون تبذير أو إفساد.

بحيث و ردت العديد من الآيات والأحاديث، التي توضح إستراتيجية السلوك، والإدارة البيئية ومقاومة التصحر[4]، والإهتمام بالتنويع البيولوجي[5]، والطبيعة وعدم إهدار الموارد الطبيعة، ومن تلك الآيات الآيات ما ورد في قوله تعالى :

أ. ﴿ وَاذْكُرُوا إِذْ جَعَلَكُمْ خُلَفَاءَ مِنْ بَعْدِ عَادٍ وَبَوَّأَكُمْ فِي الْأَرْضِ تَتَّخِذُونَ مِنْ سُهُولِهَا قُصُورًا وَتَنْحِتُونَ الْجِبَالَ بُيُوتًا ۖ فَاذْكُرُوا آلَاءَ اللَّهِ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴾ **سورة الأعراف الآية 74.**

1- Mokhtar Sellal، Production Touristique: **Politique Touristique- Gestion Touristique**, Société Nationale, d'édition Et De Diffusion، Alger,(1980)P23.

2 -Bouchaour Mohammed Harir opcit. p 3.

3- حسن لطيف كاظم الزبيدي، **الإقتصاد السياسي للعولمة :** قراءة في تحولات النسق العالمي من الإقتصاد الوطني إلى الإقتصاد المعو لم، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، جامعة البصرة، العدد (2006) ، ص18.

4 - يخلف التصحر جوًّا ملائمًا لتكثيف حرائق الغابات وإثارة الرياح، مما يزيد من الضغوط الواقعة على أكثر موارد الأرض أهمية ألا وهو الماء. وحسب تقرير الصندوق العالمي للطبيعة (World Wide Fund for Nature) فقدت الأرض حوالي 30% من مواردها الطبيعية ما بين سنتيّ (1970) م و(1995) م.

5 - التنوّع البيولوجي هو أعداد وتنوّع حياة النبات والحيوان ، بالإضافة إلى التنوّع الجيني وتنوّع الكائنات ، وهو يفوق مُجرّد أعداد النباتات والحيوانات ، حيث يُعزّز حياة الإنسان وصحّته. أنظر المرجع التنوع البيولوجي أحمد فوزي : http://elearn.shams.edu.eg/edu/elec-c/biodiversity/chapter2-a.htm

This is trial version
www.adultpdf.com

ب. ﴿ وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ حِلْيَةً تَلْبَسُونَهَا وَتَرَى الْفُلْكَ مَوَاخِرَ فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴾ سورة النحل الآية 14.

ج. ﴿ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾ سورة الأعراف الآية 31.

د. ﴿ أَلَمْ نَجْعَلِ الْأَرْضَ كِفَاتًا (25) أَحْيَاءً وَأَمْوَاتًا (26) وَجَعَلْنَا فِيهَا رَوَاسِيَ شَامِخَاتٍ وَأَسْقَيْنَاكُم مَّاءً فُرَاتًا(27) ﴾ سورة المرسلات الآية:27-26-25 .

ومما ورد عن خاتم المرسلين محمد صلى الله عليه وسلم أنه قال: [1]

ه. (الناس شركاء في ثلاثة الماء والكلأ والنار) رواه الخلال وإبن ماجة عن حديث إبن عباس.

و. (ما من مسلم يغرس غرساً أو يزرع زرعاً فيأكل منه طير أو إنسان أو بهيمة إلا كان له به صدقة) رواه النسائي عن أنس رضي الله عنه.

1 - صحيح مسلم: ترقيم: محمد فؤاد الباقي، دار الكتب العليمة، بيروت ،ط (1992م).

This is trial version
www.adultpdf.com

المبحث الثاني: محددات التنمية السياحية المستدامة

أصبحت السياحة الحديثة تعتمد على التنمية الثلاثية الدائمة، والمرتكزة على الجمع بين التنمية الإقتصادية، والإجتماعية والبيئية، هذه الرؤية تكرس النظرة للسياحة من زاوية النشاط المحلي المؤسس على الجذب الإقليمي، وإستمرارية الموارد. وتلبي السياحة المستدامة إحتياجات السياح، مثلما تعمل على الحفاظ على المناطق السياحية، وزيادة فرص العمل للمجتمع المحلي ، وتعمل على إدارة كل الموارد المتاحة سواء كانت إقتصادية، أو إجتماعية أو طبيعية في التعامل مع المعطيات التراثية والثقافية، بالإضافة إلى ضرورة المحافظة على التوازن البيئي والتنوع الحيوي. من هذا المنطلق، سنحاول في هذا المبحث التعرف على المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتنمية السياحية المستدامة.

المطلب الأول: مفاهيم حول التنمية السياحية

تعتبر قضية التنمية[1] السياحية عند الكثير من دول العالم من القضايا المعاصرة، كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي، وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل الوطني، ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الإقتصادية.

أولا : التطور التاريخي لمفهوم التنمية المستدامة

تم إقرار فكرة التنمية المستدامة بأوسع معانيها على صعيد واسع، في مؤتمر ريودي جانيرو بالبرازيل وقد إنعقد في هذا الإطار يوم (14جوان 1992)، وحضرته 168 دولة، بحيث إرتكزت أهم محاوره على التغيرات المناخية للأرض، والتنوع البيولوجي، وحماية الغابات.[2] كما إعتمد المؤتمر جدول أعمال بش أن حماية البيئة، وتم وصف العواقب السياسية، والإقتصادية المترتبة عن الإستمرار في تدمير البيئة، والذي شكل أكبر حشد عالمي حول البيئة والتنمية، تحت إشراف الأمم المتحدة، وعُرف هذا المؤتمر بإسم" قمة الأرض" تدليلا على أهميته العالمية، وكان هدف المؤتمر هو وضع أسس بيئية عالمية، للتعاون بين الدول المتخلفة والدول المتقدمة، من منطلق المصالح المشتركة لحماية مستقبل الأرض، وقد نقلت قمة الأرض الوعي البيئي العالمي، من مرحلة التركيز على الظواهر البيئية، إلى مرحلة البحث عن العوامل الإقتصادية، والسياسية والإجتماعية المسئولة عن خلق الأزمات البيئية، وإستمرار التلوث المتزايد الذي تتعرض له البيئة.[3]

وتمثلت النتائج الفورية المترتبة على مؤتمر قمة الأرض في بعض الإتفاقيات نذكرها كالتالي:[4]

1 -إتفاقية متعلقة بالتغيير المناخي، والتنوع البيولوجي لمواجهة آثار التلوث.

---

1 - التنمية: نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغييرات في الفرد، والجماعة، والتنظيم، من حيث المعلومات أو الخبرات ومن ناحية الأداء، وطرق العمل، ومن ناحية الإتجاهات والسلوك، مما يجعل الفرد والجماعة صالحين لشَغل وظائفهم بكفاءة، وإنتاجية عالية، أنظر المرجع : محمد الجوهري، **علم الإجتماع وقضايا التنمية في العالم الثالث**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، (1990) ، ص 144.

2 - عدنان السيد حسين، **نظرية العلاقات الدولية**، دار الأمواج، ط1 ، لبنان ، (2003) ، ص197 .

3 -Jean – Marie Harribey, **le développement soutenable**, Economica, Paris 1998, P8

4 - مؤتمر قمة الأرض جوهانسبرغ (2002) أنظر الموقع: http://www.un.org/arabic/conferences/wssd/index.html

This is trial version
www.adultpdf.com

2 -الأجندة[1] 21، خطة عمل تسمح أن تجيب بصفة متتالية للأهداف فيما يخص البيئة والتنمية في القرن الحادي والعشرون.

3 -وثيقة تتمثل في تقديم توجيهات من أجل التسيير المستدام للغابات في العالم؛

4 -إعلان ريودي جانيرو، حول البيئة والتنمية، الذي يحتوي مجموعة مبادئ محددة لحقوق، وواجبات الدول في هذا المجال.

وإنعقد الاجتماع الثالث، في كيوتو باليابان، أوائل شهر ديسمبر عام (1997)، والذي إنبثق عنه برتوكول كيوتو، إذ دعا الإتحاد الأوروبي إلى بروتوكول ملزم قانوناً يتضمن إجراءات ، وسياسات عامة لكافة الدول، مع تحديد أهداف محددة ، ومتجانسة زمنيا لأعوام (2005- 2010- 2020) علما أن دول الإتحاد الأوروبي غير قادرة على الإتفاق على تلك المستويات ، ودع كذلك إلى تثبيت تركيز غاز ثاني أوكسيد الكربون، كحد أعلى 550 جزء من المليون، أو أقل وأن تتكفل الدول الصناعية منفردة أو مجتمعة بتخفيض مجموعة إنبعاثات الغازات الدفيئة[2] حتى الفترة من عام (2008) إلى (2012) بنسبة 5,2% عن مستويات عام (1990)، كما أكد كذلك على ضرورة حماية الدول النامية ، التي تتعرض إقتصادياتها للآثار الضارة، من تطبيق هذه الإتفاقية، وتبقى الصعوبة في تطبيق هذه الإتفاقية كبيرة، نظراً لرفض الولايات المتحدة التوقيع على الإتفاقية.[3]

ثانيا : تعريف التنمية المستدامة

مفهوم التنمية المستدامة ، يعتبر من المفاهيم الحديثة، ومع بداية التسعينات، تأكدت الدول النامية أن السياسات التنموية التي إنتهجتها في السابق، لم تسهم في حل مشكلاتها، سواء إقتصادياً أو بيئياً، حيث خلّفت كل منها مشكلات بيئية إضافية، وهو ما كان يطرح التساؤل، حول مدى إمكانية تبني إستراتيجية تضمن إحداث تنمية إقتصادية ، وبيئية دائمة دون المساس بإحتياجات الأجيال القادمة ، وهي ما إصطلح على تسميتها بالتنمية المستدامة .

1 - **التعريف اللغوي:** من خلال الفعل إستدام الذي أصله دوم يعني التأني في الشيء، ومن أدامَهُ وإستدامة تعني التأني فيه، وطلب دوَامَهُ، أما المداومَةُ على الأمر فتعني المواظبة عليه[4].

---

1 - تعتبر الأجندة 21 برنامج العمل الشامل الذي تبنيه 182 دولة، والخطة التفصيلية لتحقيق المستقبل المتواصل لكوكب الأرض، منذ عام (1994) وخلال القرن 21 وهي أول وثيقة من نوعها تحظى بإتفاق دولي واسع يعكس إجماعاً عالمياً وإلتزاماً سياسياً من أعلى مستوى. والأجندة تجمع سلسلة من الموضوعات تنتظم في أربعين فصلا ومائة وخمسة عشر مجالا من مجالات العمل، يمثل كل منهاً بعدا هاما من أبعاد إستراتيجية لفترة إنتقالية شاملة للأعمال التي يلزم القيام بها للحماية البيئية، و التنمية البشرية بشكل متكامل. أنظر المرجع : هيئة الأمم المتحدة: www.un.org/ar/

2- الغازات الدفيئة أو غازات الإحتباس الحراري هي غازات توجد في الغلاف الجوي تتميز بقدرتها على إمتصاص الأشعة التي تفقدها الأرض الأشعة تحت الحمراء فتقلل ضياع الحرارة من الأرض إلى الفضاء، مما يساعد على تسخين جو الأرض وبالتالي تساهم في ظاهرة الإحتباس الحراري .

3 - Karen DELCHET, Qu'est ce Que Le Développement Durable, Edition AFNOR, Paris, France, 2003, p60.

4 - إبن منظور، **لسان العرب**، ط جديدة منقحة؛ دار الصادر: بيروت ج5، (2004)، ص 329 .

This is trial version
www.adultpdf.com

2 - **التعريف الإصطلاحي:** يجب أولاً أن نفرق بين مصطلح الإستدامة ، والمستديمة، فيمكن القول إن مصطلح التنمية المستدامة، يعكس فقط مبدأ إستمرارية عملية التنمية، بينما يشمل مصطلح التنمية المستديمة على مبدأ الإستمرارية ، ويشير بشكل واضح إلى قوى الدفع الذاتي لهذه التنمية ، والتي تضمن إستمراريتها ويقصد بذلك الجهود الإنسانية المتمثلة في مشاركة الأفراد من جهة ، والإعتماد على الذات في كل جانب من جوانب عملية التنمية من جهة أخرى[1].

3 -**التعريف الإقتصادي:** إنصبت بعض التعريفات إقتصادية، على الفكرة القائلة بأن "إستخدام الموارد اليوم ينبغي ألاَّ يقلل من الدخل الحقيقي في المستقبل". وتقف وراء هذا المفهوم الفكرة القائلة بأن القرارات الحالية ينبغي ألا تضر بإمكانيات المحافظة على مستويات المعيشة في المستقبل أو تحسينها. وهو ما يعني أنَّ نُظُمَنا الإقتصادية، ينبغي أن تدار بحيث نعيش على أرباح مواردنا، ونحتفظ بقاعدة الأصول المادية ونحسنها.[2]

إنَّ معظم التعاريف المتعلقة بالتنمية المستدامة ، مشتقة من التعريف الذي أوردته اللجنة العالمية للبيئة والتنمية في (1987)، وهو أكثر التعاريف إنتشاراً وإستخداماً، إذ ينظر إلى التنمية المستدامة على أنها "التنمية التي تلبي وتواجه إحتياجات الأجيال الحالية ، دون الإضرار بقدرة الأجيال القادمة ، على الوفاء بإحتياجاتها"[3]، وهي كذلك تحدد الهيكل التنظيمي المطلوب للوصول إلى هذه الأهداف. وبالتالي تحتاج إلى متطلبات لإدارتها، وعليه فإن التنمية المستدامة، هي التنمية التي لا تتعارض مع البيئة، وهي التي تؤدي إلى الإرتقاء بالرفاهية الإجتماعية، بأكبر قدر من الحرص على الموارد الطبيعية المتاحة،وبأقل قدر ممكن من الأضرار، والإساءة إلى البيئة.[4]

وعُرفت التنمية المستدامة بأنها "عملية نمو شاملة، تكون مرفقة بتغيرات جوهرية في بنية إقتصاديات الدول النامية".[5]

وتركز فلسفة التنمية المستدامة على حقيقة هامة، مفادها أنَّ الإهتمام بالبيئة هو الأساس الصلب للتنمية الإقتصادية، ذلك أن الموارد الطبيعية الموجودة في هذا الكون (من تربة، ومعادن، وغابات، وبحار وغيرها)، هي أساس لكل نشاط صناعي، أو زراعي.[6]

إذن فالتنمية المستدامة ، هي تعبير عن التنمية التي تتصف بالإستقرار ، وتمتلك عوامل الإستمرار والتواصل، وبالتالي يمكن القول أن التنمية المستدامة هي تنمية تستجيب لمختلف رغبات، وحاجيات الإنسان

---

1 - عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنط، **التنمية المستديمة ، فلسفتها و أساليب تخطيطها وأدوات قياسها، ط1،دار الصفاء،عمان،(2007)**،ص 23-25 .

2 - ناجي البطام، **إدارة التنمية في العراق ومصر، دراسة نظرية وأهم القضايا التطبيقية**، ط 01،دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت ، (1975)، ص16.

3 - . **اللجنة العالمية للبيئة والتنمية** . http://www.wto.org/images/wtomenus/logo_lite_en.gif

4 - سحر قدوري الرفاعي، **التنمية المستدامة مع التركيز على إدارة البيئة**، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر المنظور الإقتصادي للتنمية، المنظمة العربية لتنمية الإدارية، تونس سبتمبر(2007)، ص22 .

5- Graham Bannck, Re. Boxter, Roy ree,**The penguin Distionnairy Of economics,** Pengui books، 2nd ed New York : (1977) p : 143

6 - ضاري ناصر العجيمي، **الأبعاد البيئية للتنمية**، المعهد العربي للتخطيط، الكويت (1992) ، ص21.

This is trial version
www.adultpdf.com

من المحافظة على البيئة ودون رهن مستقبل الأجيال القادمة[1].

ثالثا: التنمية السياحية

تنطوي التنمية السياحية على توفير التسهيلات والخدمات، لإشباع حاجات ورغبات السياح وتهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي، وتعتبر وسيلة من وسائل تحقيق التنمية، وبإعتبار الإقتصاد يعتمد على القطاع السياحي، نجد الدول النامية تلجأ إلى النشاط السياحي، كقطاع بديل وخاصة أنَّ معظم هذه الدول تتوفر على إمكانيات سياحية هائلة، زيادةً على أهم الوسائل الممكن إستخدامها لتطوير السياحة مثل توفير الشروط التي تشجع مدة إقامة السائح، وزيادة الرحلات والبرامج السياحية، والقضاء على السوق السوداء للتعامل بالعملات الصعبة، وتبسيط الإجراءات الجمركية لدخول البضائع التي يحتاجها السواح، وتشجيع الإستثمار السياحي، بالإضافة إلى نشر الوعي السياحي ..الخ.[2]

نستطيع تقديم بعض التعاريف، التي توضح مفهوم التنمية السياحية كما يلي:

-**التعريف الأول:** هي" مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق ،وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي".[3]

-**التعريف الثاني:** هي "توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة، مثل إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة ".[4]

-**التعريف الثالث:** هي" الإستخدام الأمثل، أو تفعيل كافة الموارد البيئية السياحية المتاحة، لزيادة التدفق السياحي الرشيد، وذلك من خلال الأخذ بمختلف البرامج والخطط، التي تهدف إلى تحقيق تنمية سياحية متواصلة".[5]

-**التعريف الرابع:** هي"مدى إتساع قاعدة التسهيلات، والخدمات لكي تتلاقى مع إحتياجات السائحين."[6] السائحين."[6]

من خلال ما تقدم يمكن القول بأن مفهوم التنمية السياحية، تعبر عن الإرتقاء، والتوسع بالخدمات السياحية وإحتياجاتها، بحيث تتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي ، بإعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي، وبأقل تكلفة ممكنة، وفي أقرب وقت مستطاع.[7]

ومن هنا، فالتخطيط والتسويق السياحي يعتبران ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحي الدولي.

---

1 - إبراهيم العيسوي، **التنمية : المفهوم والمؤشرات**، مذكرات تدريبية غير منشورة، المهد العربي للتخطيط بالكويت، (1994)، ص 6.

2- سراب إلياس وآخرون، **تسويق الخدمات السياحية**، دار الميسرة، الطبعة الأولى، عمان، (2002)، ص20.

3- أحمد الجلاد، **السياحة المتواصلة البيئية**، عالم الكتاب، طبعة 1، مصر، (2002) ، ص 43.

4- عادل عبد الجواد منسي " **التسويق السياحي** " دار الكتب المصرية ، القاهرة ، (2001)، ص54 .

5 - يسرى دعبس، **السياحة والبيئة**، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، مصر (2003)، ص397 .

6- جليلة حسن حسنين، **التنمية السياحية**، الدار الجامعية مصر، (2006)، ص09.

7 - يوسف مصطفى كافي، **صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الإقتصادية**، دار الفرات نينار للنشر والتوزيع، لبنان، (2006)، ص، ص106-107

This is trial version
www.adultpdf.com

رابعا: تطور مفهوم التنمية السياحية المستدامة

إقتُرح مبدأ السياحة المستدامة أوائل عام (1997) من طرف المنظمة العالمية للسياحة، بناءً على ما ورد في الأجندة (21)، التي أقرَّها مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة ، والتنمية المسمى "قمة الأرض"، بحيث قامت منظمة السياحة العالمية ، وهيئات دولية أخرى مثل مجلس السفر ، والإتحاد الفيدرالي الدولي لشركات السياحة وغيرها، بإعداد أجندة (21) مخصصة لقطاعي السفر والسياحة بعنوان: نحو تنمية مستدامة رافقة بالبيئة[1]، وهي تشرح الدور الذي ينبغي لهذين القطاعين أن يؤدياه، لتحقيق تنمية سياحية مستدامة. [2]

تستعمل التنمية السياحية الأساليب لتحقيق التنمية الإقتصادية، والإجتماعية في الدولة عن طريق عمل نوع من التجانس، والتوافق والتنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية، والخدمية لإحراز التقدم في نوعية الحياة، ومستوياتها وتحقيق الرخاء للمواطنين، ولا يُتصور أنْ يتحقق كل ذلك كهدف نهائي، إلاَّ بتحقيق الأهداف المرحلية في القطاعات الإنتاجية، والخدمية على إختلافها ومن بينها القطاع السياحي[3].

وتعرف التنمية السياحية المستدامة: بأنها هي التي تلبي إحتياجات السياح، والمواقع المضيفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل، وأنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد، بطريقة تتحقق فيه ا متطلبات المسائل الإقتصادية، والإجتماعية، والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي، والعوامل البيئية والتنوع الحيوي، ودعم نظم الحياة.[4]

كما يمكن تعريفها بأنها تلك التنمية التي تقابلُ وتشبع إحتياجات السياح، والمجتمعات المضيفة الحالية، وضمان إستفادة الأجيال المستقبلية، كما أنها التنمية التي تدير لموارد

بأسلوب يحقق الفوائد الإقتصادية والإجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية، وإستمرارية العمليات الإيكولوجية، والتنوع البيولوجي، ومقومات الحياة الأساسية.[5]

ومن التعاريف السابقة لمفهوم التنمية السياحية المستدامة، يمكن أن نصل إلى تطوير مفهوم التنمية السياحية التقليدية، بإضافة صفة الإستدامة من خلال إعتبار أن عملية التنمية السياحية، هي

1- حيث نشرت منظمة السياحة العالمية سنة (1993)، دليلاً إرشادياً للتنمية المستدامة، للجهات المحلية المسؤولة عن التخطيط .كما أصدر البرنامج البيئي التابع للأمم المتحدة بالتعاون مع "مبادرة البيئة للفنادق الدولية"، بعض الإرشادات من أجل تحسين الأداء البيئي للوحدات الفندقية مثل (الفندقي الأخضر، الإعتناء بالأخضر فكرة جديرة بالإحترام، والإدارة البيئية للفنادق). أما إتفاقية التنوع الحيوي وأجندا 21 تدعم الحوافز الموجهة، من أجل تحقيق تنمية السياحة المستدامة. أنظر المرجع :
http://www.coastlearn.org/eg/con_policies.html

2 - **ثريا فرج الرميح، السياحة المستدامة المفهوم ، الأهداف، الأهمية متوفر على موقع :** http://geopot.wordpress.com

3- بن نافلة قدور، **التنمية السياحية : في خدمة الدول المتقدمة و النامية على السواء**، ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى العلمي الدولي حول: أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة يومي 11/10 نوفمبر (2009) ، ص2.

4- صلاح الدين خربوطلي، **السياحة المستدامة**، دار الرضا للنشر، الطبعة الأولى، سوريا، (2004)، ص23 .

5 - محمد إبراهيم عراقي، فاروق عبد النبي عطا الله ، **التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية** دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، الإسكندرية، (2007) ص4 .

This is trial version
www.adultpdf.com

عملية إشباع حاجات السائحين النفسية، والحصول على متطلباتهم، دون الإخلال بحقوق الأجيال القادمة من السائحين، في إحتياجاتهم من الإستمتاع بالبيئة.

ويمكن توضيح التفرقة بين التنمية السياحية المستدامة، والتنمية السياحية التقليدية من اجل توضيح التنقل من المفهوم التقليدي إلى المفهوم الحديث للتنمية السياحية كما في الجدول الموالي:[1]

الجدول رقم: 3

المقارنة بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية السياحية التقليدية

التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية المستدامة
مفاهيـــم عامـــة	
تنمية سريعة	تنمية تتم على مراحل
ليس لها حدود	لها حدود و طاقة إستيعابية معينة
قصيرة الآجال	طويلة الأجل
سياحة الكم	سياحة الكيف
إدارة عمليات التنمية من الخارج	إدارة عمليات التنمية عن طريق السكان المحليين
إستراتيجيـــات التنميـــة	
تنمية بدون تخطيط تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط أولا ثم تنمية بعد ذلك تخطيط شامل متكامل
التركيز على إنشاء وحدات لقضاء الإجازات	مراعاة الشروط البيئية في البناء و تخطيط الأرض
مباني حضرية تقليدية	أنماط معمارية محلية
برامج خطط لمشروعات	برنامج خطط مبنية على مفهوم الإستدامة
مواصفـــات السائـــح	
مجموعات و أعداد كثيفة من السياح	حركة أفراد و مجموعات صغيرة
فترات الإقامة قصيرة	فترات إقامة طويلة
ضوضاء و أصوات مزعجة	رزانة و هدوء في الأداء
في الغالب زيارة واحدة للمكان	إحتمال تكرار الزيارة مرة أخرى للمكان
مستويات ثقافية مختلفة	مستوى عالى من الثقافة و التعليم

المصدر : محمد إبراهيم عراقي، فاروق عبد النبي عطا الله، مرجع سابق، ص5.

من خلال الجدول رقم: (3) نلاحظ أن المقارنة بين التنمية السياحية المستدامة، والتنمية السياحية التقليدية بينت الإختلاف الجوهري، من حيث الخصائص، ومن حيث الإستراتيجيات، والعمل على تحقيق التنمية السياحية بالمعني المتكامل، وهو هدف في حد ذاته، وفي نفس الوقت هو مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر، هو تحقيق التنمية الإقتصادية، والإجتماعية في الدولة.

إن الإستدامة السياحية كما هو الحال بالنسبة لإستدامة الصناعات الأخرى ، لها ثلاث مظاهر متداخلة هي: الإستدامة الإقتصادية، والإستدامة الإجتماعية والثقافية، والإستدامة البيئية.

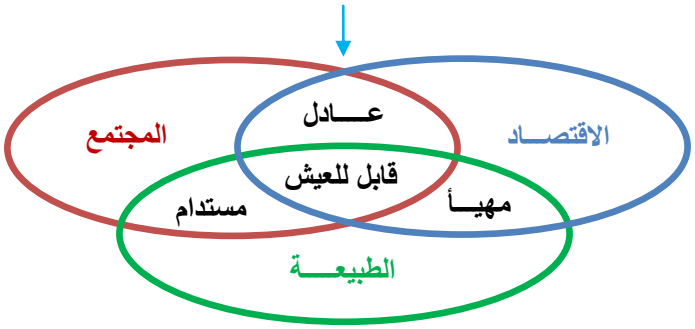
1- محيا زيتون، **السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر**، دار الشروق، مصر،(2002)، ص20 .

This is trial version
www.adultpdf.com

وتستدعي التنمية السياحية مقاربة تأخذ في الحسبان مجموعة العوامل المساعدة على تهيئة منسجمة ترتبط هذه العوامل فيما بينها، كما هو مبين في الشكل التالي :

الشكل رقم: 2

الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة



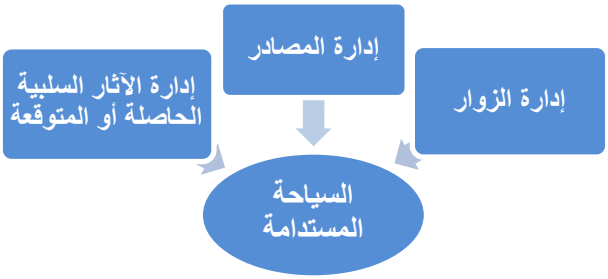
source : Beat BURGENMIER, Economie du développement durable, 2éme édition, Edition DE BOECK, Bruxelles, Belgique, 2005, p. 49.

من خلال الشكل نلاحظ أن هناك علاقة بين كل بعدين على حدا، فعلاقة الإقتصاد بالبعد الإجتماعي يعطي صفة العدالة، أما علاقة الإقتصاد بالبيئة فيعطي صفة الإستدامة، أما علاقة البيئة بالبعد الإجتماعي فيعطي صفة التعايش.كما أن هناك علاقة تجمع بين كل الأبعاد وتعطي صفة الإستمرارية أو بمعنى أخر التنمية المستدامة.

وعليه فإن السياحة المستدامة تتضمن الإستخدام الأمثل للموارد الطبيعية، بما في ذلك مصادر التنوع الحيوي، وتخفيف آثار السياحة على البيئة ، والثقافة، وتعظيم الفوائد من حماية البيئة ، والمجتمعات المحلية وهي كذلك تحدد الهيكل التنظيمي المطلوب للوصول إلى الأهداف المرجوة، وبالتالي تحتاج إلى متطلبات لإدارتها، والشكل الموالي يوضح أهم متطلبات إدارة السياحة المستدامة.

الشكل رقم: 3

متطلبات الإدارة السياحية المستدامة



المصدر: الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة دليل مفهوم السياحة المستدامة وتطبيقها برنامج الأمم المتحدة للبيئة جامعة الدول العربية (2010).

This is trial version
www.adultpdf.com

إن فكرة السياحة المستدامة، لا تعبر عن محتوى سياحي معين، فهي ليست منتجاً سياحياً وليست طريقة جديدة لبيع النشاط أو تحديد كيفية الدفع، وإنما هي نموذج للتنمية على محاور إستراتيجية يمكن حصرها في أربع محاور كما يوضحه الشكل الموالي :

شكل رقم: 4

المحاور الإستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة



المصدر :عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية والتحديات المعاصرة، مجلة حلوان، العدد 12 جوان(2005) ص134

وفي بعض الأحيان يطلق مصطلح التطوير المستدام للسياحة بدلاً من مصطلح السياحة المستدامة وذلك لسببين:

- لكي تصبح السياحة مستدامة يجب أن يتم دمجها مع كل مجالات التطوير ؛
- بعض أوجه السياحة مثل رحلات الطيران الطويلة ، لا يمكنها أن تصبح مستدامة لمجرد تطور التكنولوجيا، أو تحسن الظروف المرافقة.

المطلب الثاني: شروط التنمية السياحية

تتطلب التنمية السياحية عدة شروط نوجز أهمها فيما يلي:

أولا: الشروط الواجب توفرها لتنمية السياحية

للنهوض بالقطاع السياحي يجب توفير شروط معينة، بيانها كمايلي:[1]

1 – **توفير الأمن:** لكي يزدهر النشاط السياحي، يتطلب توافر الأمن لأن أي سائح يحتاج إلى ضمان أمنه، وسلامة جسده وأمتعته من أي مساس مادي أو معنوي. وإن أي إخلال بهذا الشرط، سيؤدي حتما إلى إلحاق أضرار مادية ومعنوية بالغة بالسياحة، كتقليص مدة الإقامة المقررة سلفا، أو عدم الرجوع إلى هذا المرفق والبلد مرة ثانية، وتتأثر بها المداخيل السياحية بصفة مباشرة، أو غير مباشرة، من جراء عدم توفر الأمن.

1 - نبيل الروبي ، **نظرية السياحة**، مجموعة الدراسات السياحية ، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، (1991) ،ص 32 .

This is trial version
www.adultpdf.com

2 - **توفير المرافق السياحية وتنويعها حسب الرغبات:** تعتبر الهياكل السياحية من الأولويات التي لا غنى عنها لترقية السياحة وتطويرها وجعل الإستفادة من عائداتها أمراً ممكناً وتأخذ المرافق السياحية شكلين:

أ) الشكل الأول يتمثل في سلاسل من الفنادق السياحية الضخمة، وما يتبعها من تجهيزات ووسائل النقل والإتصال ومرافق رياضية وترفيهية، وإنَّ هذه الهياكل ونظراً لضخامتها، وإرتفاع تكاليف إنشائها تتواجد في المدن الحضرية ذات الكثافة السكانية، لإمكانية التوافد عليها من طرف أكبر قدر من الزوار الأثرياء ورجال المال والأعمال المحليين والأجانب، ويمكن أن تستقطب هذه الهياكل أيضاً شرائح أوسع من السياح، ومن مختلف الطبقات الإجتماعية متى كانت تكاليف الإستعمال مناسبة.[1]

ب) الشكل الثاني يتمثل في الهياكل الأقل تكلفة من حيث الإنشاء، ويراعى في تصاميم بنائها خفض التكاليف ومن ثم جذب السائح للإستفادة منها بأسعار تتماشى مع دخله، وهذه الأسعار لا تكون على حساب نوعية الخدمات المشار إليها في الشكل الأول.

وعموما إذا ما تم التجاوب مع هذين الشكلين، فذلك يعني تلبية رغبات السواح من مستويات مختلفة ليتمكن كل سائح من إيجاد ما يناسبه.

3 - **الإهتمام بالخدمات السياحية، وتحسين جودتها:** تتمثل في كل ما يعرض للسائح، من حيث نوعية الإقامة، والحرص على النظافة، وتوفير المياه، والنقل، وتنوع الأكل، وملائمته من ناحية الكم والكيف والسعر، إذْ ليس من المرغوب فيه أن تعرض هذه الخدمات مقابل تكاليف باهظة، فتدفع السائح بالشعور بالإستياء، وثمة أنواع أخرى من الخدمات، التي تترك آثاراً إيجابية لدى السائح مثل: الهاتف، والتلفاز والطوابع، والبطاقات البريدية، والمنتجات التقليدية، وأماكن ممارسة الألعاب الرياضية ككرة السلة، والتينس وكرة الطاولة، وكلها ذات تكاليف محدودة، إلا أن مردوديتها على السائح عظيمة، وهكذا يحس السائح بأنه يتحصل فعلاً على منافع مقابل ما يدفعه من أموال.

كما أنَّ قدرة السياحة على خلق التوافق بين الإعتبارات البيئية، والثقافية، والإقتصادية والتي أصبحت تعرف مند التسعينيات بالتنمية السياحية المستدامة، شجعت العديد من الدول على إعتماد هذه السياسة، والإهتمام المتزايد بالسياحة أدَّى إلى بروز منافسة حادة، إنْ لم نقل شرسة بين مختلف المقاصد السياحية العالمية، بحيث أصبحت كل الدول تسعى إلى إكتساب أكبر الحصص من الأسواق السياحية العالمية، من خلال الإقتراح عليها عرض سياحي يتسم بالنوعية، وإنخفاض الأسعار، بل أكثر من ذلك أصبحت جل الدول تبادر إلى إنشاء تحالفات بينها، بهدف تنويع عرضها السياحي، لجلب العدد الأكبر من السياح إليها.

1 - صالح فلاحي، النهوض بالسياحة أهم شروط التنمية المستدامة، جريدة الشعب:2012./06/26 - http://www.ech chaab.net/old/index.php

This is trial version
www.adultpdf.com

ومن المهم التعامل مع العقار السياحي بحذر ، نظراً لحساسيته الكبيرة، كون قطاع السياحة يحتاج إلى تداخل مختلف القطاعات ، خاصة منها قطاع الأشغال العمومية الذي يوفر البنية التحتية ، وأن أولويتها الأولى في التعامل مع القطاع ، تنصب على توفير وتأهيل الهياكل، ثم الحديث عن الخدمات من خلال التكوين، والإعلام، والإتصال.

ثانيا: ركائز سياسة التنمية السياحية

ترتكز سياسة التنمية السياحية على العوامل الرئيسية للإستدامة، والتي تتمثل في العوامل التالية :[1]

-إشراك السكان، وبصفة كبيرة على مستوى كل مرحلة من مراحل التخطيط، والتنفيذ وتسيير المصالح السياحية؛

-سياسة إعادة تقييم الموارد البشرية من أجل تخطيط وتسيير الهياكل، والأنشطة السياحية بطريقة رشيدة؛

-إطار سياسي شامل، يهدف إلى تنمية مستدامة للسياحة؛

-مخطط توجيهي، يحدد المناطق الممكن تثمينها وذات الأولوية، ويحدد كذلك سعة الحمولة لكل منطقة؛

-معايير وتنظيم خاصة بالقطاع من أجل الحفاظ على المستويات المرجوة لنوعية المحيط؛

-إطار تنظيمي واضح وعقلاني متعلق بتهيئة الإقليم، يطبق بصرامة.

ثالثا : محددات التنمية السياحية المستدامة

هناك عدة محددات، ولكننا سوف نقتصر على تلك التي تتعلق بالدول النامية، والتي تبدو بصفة خاصة في الأمور التالية:[2]

1 - **توفير التسهيلات السياحية بأسعار مناسبة** : أي توفير التسهيلات بجميع أنواعها، كالإعلان السياحي والإدارة السياحية المساعدة، والأشغال اليدوية، والبنوك، والتسهيلات المتعلقة بالإقامة، والطعام والشراب، وخدمات النقل السياحي، وبيع الهدايا، بحيث تكون تنافسية من حيث السعر بالمقارنة بالمناطق السياحية الأخرى.

2 - **الموقع الجغرافي**: قرب الموقع م ن الأسواق السياحية، يشكل سبباً في نمو القطاع السياحي، ويلعب دوراً كبيراً في الحركة السياحية الدولية لإعتبارات التوفير في الوقت، وإنخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل المواصلات.

3 - **طبيعة ومصدر الإستثمارات في السوق السياحي**: نظراً لأن الكثير من المستثمرين، لا يطمئنون للإستثمار في النشاط السياحي، وهذا لعدة أسباب أهمها موسمية الطلب السياحي، وضعف العائد الصافي

1- كشرود محمد بشير، **برنامج عمل التنمية السياحية المستدامة** آفاق (2010)، الأيام الدراسية لمدراء السياحة، وزارة السياحة، الجزائر، مارس(2002)، ص2.

2- نبيل الروبي، **إقتصاديات السياحة** ، مجموعة الدراسات السياحية، الإسكندرية ، (1985)، ص 20 .

This is trial version
www.adultpdf.com

من الإستثمار في مشروعاته ..الخ. لهذا حاول ت بعض الدول التغلب على هذه المشاكل، من خلال تقديم قروض طويلة الأجل.

4 - **تقديم حوافز للمشروعات السياحية:** من أجل تشجيع الإستثمار السياحي، كان لابد من تقديم مساعدات مالية تمنح للمستثمرين في القطاع السياحي، والفندقي ضمن عدة صور أهمها: الإعانات النقدية والعينية، والقروض طويلة الأجل وبأسعار فائدة منخفضة، والإعفاءات الضريبية، والمساعدات الفنية (المساعدة في دراسة الجدوى الإقتصادية) وتقديم مزايا، وتسهيلات الإستثمارات الأجنبية.

5 - **التخطيط السياحي الواعي:** لتحقيق التنمية السياحية، يقتضي وضع سياسة سياحية عامة موحدة على أن تكون هذه السياسة أو الخطة السياحية نتيجةً لدراسة جميع العوامل، والظروف المختلفة وبالإشتراك مع الجهات المسؤولة المتصلة بالنشاط السياحي، وتتضمن هذه السياسة تحديداً دقيقاً للأهداف المطلوب تحقيقها، وخطة للعمل في شتى القطاعات الدعائية، والتمويلية، والتخطيطية.[1]

6 - **التسويق السياحي النشيط:** يُعتبر التسويق السياحي، محدِّداً هاماً للتنمية السياحية، من أجل تحقيق الرغبات، فالمنظمة العالمية للسياحة تحدد ثلاث وظائف للتسويق السياحي:

- **الإتصال:** أي جذب الزبائن عن طريق إقناعهم بالخدمات المقدمة؛
- **التطوير:** أي تطوير الخدمات حتى تكون موافقة لرغبات الزبائن؛
- **المراقبة:** أي تحليل نتائج الأنشطة الترويجية، والتأك د من مدى الإستعمال الفعال للإمكانيات السياحية عن طريق تقنيات خاصة؛

وهدف التسويق السياحي هو تلبية حاجات المستهلك المتمثلة حسب هرم ماسلو في:[2]

- **الحاجات الفيزيولوجية:** الإطعام، والإيواء؛
- **الحاجة إلى الأمن:** أجهزة الأمن، والحراسة، والمرشدون؛
- **الحاجة إلى الإنتماء:** الإنتماء إلى المنظمات أو النوادي؛
- **الحاجة إلى التقدير:** الإنتماء إلى النوادي الراقية، وإقتناء السلع الباهظة؛
- **الحاجة إلى تحقيق الذات:** ممارسة نوع من الرياضة، أو أي نشاط أخر كالصيد، وركوب السفن الشراعية.

كما أن التسويق السياحي يتطلب الحدس، والقدرة على الإبداع، والتجديد وإلى الموهبة؛ لذا يتطلب وضع خطة شاملة للتسويق السياحي.[3]

---

1 - صلاح الدين عبد الوهاب، **التخطيط السياحي** ، الدار القومية للطباعة والنشر، المكتبة السياحية، مصر، بدون تاريخ ، ص74.

2 -Abraham Maslow, **Motivation and Personality**, New York: Harper and Row, (1954), p. 91.

3 - Catherine pelé-Bonard، **Marketing Et Tourism un Monde les Sépare**،top, édition، FRANCE, (1998) , p23.

This is trial version
www.adultpdf.com

-**التنظيم السياحي الفعال:** بإتساع الطلب السياحي وتنوع منتجاته، وشدة المنافسة في السوق السياحي أصبح من الضروري وجود تنظيم سياحي فعال، يعمل على تنمية السياحة، وهذا التنظيم يختلف بإختلاف الشكل الدستوري للدولة.

-**تشكيل علاقات التعاون السياحي الإقليمي ، والدولي:** التعاون الدولي في مجال السياحة يساعد كثيراً على تنمية القطاع السياحي، وذلك من خلال تسهيل الرحلات السياحية، التي تتم عبر الدول مما يساعد على زيارة أكثر من دولة في رحلة واحدة، كما يساهم الإشتراك في أعمال المؤتمرات الدولية، والإقليمية إحدى صور التعاون.

هناك عدة إعتبارات تحكم تنمية الصناعة السياحية، منها المحافظة على حقيقة المواقع السياحية لأن جذب السياح إلى هذه المناطق، قد يعتمد على المناخ، أو الطبيعة، أو التاريخ، أو أي عامل أخر تتميز به المنطقة السياحية، والمحافظة على البيئة ومنع تدهورها، ووضع إجراءات حماية مشددة لها[1].

وتعمل التنمية السياحية على إيجاد نوع من التوازن الإقتصادي، والإجتماعي في المناطق والمجتمعات السياحية، نظراً لأن المشروعات تقام بعيدة عن المناطق الصناعية والتجارية العادية، حيث تقام في مناطق الجذب السياحي، التي تتميز بجمال الطبيعة في شواطئها، وجبالها، وبيئتها النباتية والحيوانية، كي يبتعد السائح عن مشكلة البيئة التي أوجدتها الصناعات، والإرتقاء الحضاري، وإزدحام السكان في المدن الكبرى.

المطلب الثالث : مؤشرات التنمية السياحية المستدامة

المؤشرات، بشكل عام، يمكن وصفها بأنها عبارة عن الإحصاءات، والتدابير أو المعايير التي يمكن إستخدامها لتتبع التغيرات البيئية ، والظروف الإجتماعية والإقتصادية ، بحيث تسبق عملية إعداد تلك المؤشرات عملية معايرة، وإعداد لكمية من المعلومات الدقيقة، قد تكون قليلة أو كبيرة بحسب نوع المؤشر وتوفر تلك المؤشرات أرضية صلبة يمكن لمتخذي القرار الإعتماد عليها ، بالإضافة إلى ذلك، يمكن إستخدامها للتقييم والرصد والتنبؤ بالحالة المستقبلية، من أجل تحقيق التنمية السليمة بيئياً، ذلك إذا ما أردنا تعريفها كمؤشر بيئي تنموي.

أولا :تحديد وقياس المؤشرات المناسبة

ليس من المرجح أن تتم الإستفادة من المؤشرات البيئية، والإقتصادية، والإجتماعية، إذْ قد يكون التمويل غير متاح لجميع المعلومات عن كافة المؤشرات، أو أن هناك سرية حول هذه البيانات ، لذا يفضل

1- نور الدين هرمز، **التخطيط السياحي و التنمية السياحية**، جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية، سلسلة العلوم الإقتصادية و القانونية، المجلد (28) العدد (3) (2006)، ص6.

This is trial version
www.adultpdf.com

تحديد مجموعة صغيرة من المتغيرات ، التي تمثل الإستدامة بشكل أفضل ، كما أنَّ هناك مشكل صعوبة تحديد المتغيرات التي يتم إختيارها، مثلاً (تحديد مؤشر الإجهاد البيئي)[1].

إنَّ مؤشرات التنمية المستدامة تقيس، وتراقب أي تغيرات نوعية في حالة الجو، والمياه، والأراضي والنظم الإيكولوجية على مختلف المستويات، وكذلك الصحة البشرية والحالة الإقتصادية، وتصف المتغيرات القابلة للقياس الكمي، وتساعد على تحليل الوضع، وتقدم المعلومات العلمية اللازمة لتحليل الوضع، وإتخاذ القرار.

وبعد تحديد المؤشرات ، فإنَّ قياسها يجب أن يكون على أساس التوازن بين التكلفة ، وقابليتها للمقارنة مع أخرى، كما يجب أن تسمح بتحديد المؤشرات المعاكسة للإستدامة، ثم تحديد القياس، والرصد على أن تأخذ بعين الإعتبار المعايير الزمنية، والمكانية المستمرة أو المنفصلة .[2]

تعكس المؤشرات مدى نجاح الدول في تحقيق التنمية المستدامة، وهي تُقَيِّم حالة الدول من خلال معايير تقيس مدى التقدم أو التراجع في تحقيق مفهوم إستدامة التنمية، بشكل يُمكِّن من مقارنتها مع بقية دول العالم، وبالتالي يقدم المعلومات الكافية لمتخذي القرار للوصول إلى القرار الأكثر دقةً وصواباً، ولما فيه من تحقيق المصلحة العامة، ويمكننا ذكر بعض المؤشرات كالأتي:[3]

1 - **مؤشر الضغط**: يَصف الضغوطات التي تمارسها النشاطات الإقتصادية، والبشرية على البيئة وأضافت لجنة التنمية المستدامة لهذا المؤشر التركيبات الإجتماعية، والإقتصادية والمؤسساتية، الأكثر تمثيلا لأبعاد الديمومة، وقد عُوِضَتْ كلمة ضغط بكلمة القوة المحركة.[4]

2 - **مؤشر الحالة**: يُفَصِّلْ حالة التنمية المستدامة مثل نوعية الجو أو الماء...الخ.

3 - **مؤشر الجواب** : يُبَيِّنْ كيفية رد فعل المجموعة البشرية في إقامة التنمية المستدامة، من خلال نفقات تجديد وحماية البيئة مثلا.

في إطار الإختبارات الأولى للجنة التنمية المستدامة سنة (2000)، أختبر 21 بلداً موزعة على مجموع القارات، وبصفة إرادية، وكان هدف اللجنة أن تضع رهن إشارة الدول قائمة بمؤشرات التنمية المستدامة في إطار منسجم على النطاق الدولي، وقد تم وضع قائمة إشتملت في نهاية سنة (1997) على (134) مؤشراً إجتماعياً، وإقتصادياً، وإيكولوجياً، ومؤسساتياً. وكل منها مرفوقاً ببيان منهجي دقيق، في إطار منوال مؤشر القوة المحركة، ومؤشر الحالة، ومؤشر الجواب، وتستجيب هذه المؤشرات أيضاً للمبادئ المعلن

1- هو الحد الحراري لبيئة العمل ويعطي مقياساً لمعدل الحد الأقصى لسلامة العمل في الظروف البيئية الحالية لموقع العمل. وإذا كان الحد الحراري لبيئة العمل منخفضاً جداً فإن العمل يصبح غير آمنا ويحتاج إلى فترات راحة وإحتياطات إضافية لضمان سلامة العمال. ويقاس الحد الحراري لبيئة العمل بالواط لكل متر مربع (واط/م2) وهو معدل الحد الأقصى الذي عنده تفقد الحرارة. ويمكن حسابه من المؤشرات أو العوامل البيئية مع إفتراض أن يكون العمال متزودين جيدا بالماء ومتأقلمين مع الظروف البيئية ويعملون دون ضغوط عليهم للقيام بعملية حساب حد العمل الحراري أنظر المرجع: http://www.haad.ae/Safety-inHeat/Portals/_default/Skins/SI

2 - جغرافيا السياحة، متوفر على موقع : http://www.arabgeographers.net/vb/showthread.php?t=1463

3 - إيكولوجيا : متوفر على موقع: www.maroc-ecologie.net

4 - تقرير التنمية البشرية، الصادر عن هيئة الأمم المتحدة، (2000).

This is trial version
www.adultpdf.com

عنها في الفصول المختلفة للمذكرة 21 ، وهي الوثيقة التي خرج بها مؤتمر مدينة "ريودي جانيرو" والتي تحدد الأهداف المنشودة لتصبح التنمية المستدامة حقيقة في القرن 21.[1]

ويمكن توضيح مؤشرات التنمية المستدامة حسب ما تضمنته وثيقة "الأجندة 21" في الجدول الموالي:

جدول رقم: 4

مؤشرات التنمية المستدامة وفق لجنة التنمية

البيـــــــان	مؤشرات القوى المحركة	مؤشرات الحالة	مؤشرات الجواب
الاجتمـــاعـــــي			
-إنعاش التربية. -تحسين الجمهور. -التكوين.	-نسبة تغير المتمدرسين. -نسبة التسجيلات في الابتدائي (الخام والصافي). -نسبة التسجيل في الثانوي (الخام والصافي).	-وصول الأطفال الدرجة الخامسة من الابتدائي. -معدل التمدرس. -إختلاف نسبة التسجيل المدرسي بين البنين والبنات.	-حصة الناتج الداخلي الخام في التربية.
الإقتصـــــــادي			
-المصدر والميكانيزمات المالية	-التحويل الصافي للمصادر. -مجموع الإعانات العمومية للتنمية الممنوحة أوالمحصل عليها. -نسبة مئوية من الناتج الوطني الخام)	-ديون -خدمة الديون/صادرات	-النفقات العمومية من أجل حماية البيئة. -قيمة تمويل جديد أو إضافة من أجل التنمية المستدامة.
البيـــئـــــــة			
-حماية مصادر المياه العذبة ونوعيتها	-التخفيض السنوي لمخزون المياه السطحية والجوفية. -إستهلاك كل ساكن للمياه	-مخزون المياه الجوفية. -الحاجة البيوكيميائية إلى الأكسجين في السواقي.	-تغطية معالجة المياه القذرة. -كثافة الشبكات المائية.
المـــؤسســـــات			
-المعلومات من أجل إتخاذ القرار		-أهم الخطوط الهاتفية نسبة إلى 100 ساكن. -الحصول على المعلومات.	-برامج الإحصائيات الوطنية حول البيئة

المصـــدر: تقرير التنمية البشرية الصادر عن هيئة الأمم المتحدة، (2000).

www.un.org/ar/esa/hdr/pdf/hrd13/complete.pdf

من خلال الجدول رقم: (4) نجد أن لجنة التنمية المستدامة التابعة للأمم المتحدة إعتمدت إطاراً تحليلياً، يُصنِّف المؤشرات إلى ثلاث فئات رئيسية وهي: مؤشرات القوة الدافعة، والتي تصف الأنشطة والعمليات والأنماط، ومؤشرات الحالة التي توفر صورة للحالة الراهنة للأمور، ومؤشرات الإستجابة والتي تُوجِد التدابير المتخَذة بصدد التنمية الإقتصادية.

ثانيا : قياس مؤشرات التنمية السياحة المستدامة

حتى يتسنى رصد عملية التنمية السياحية المستدامة، ينبغي توافر عدد من المؤشرات التي تساعد في تقييم التنمية المستدامة ، وتنسيق أنشطتها ، وتحسين أساليب التخطيط لها ، وقد تم تحديد المؤشرات الخاصة للجوانب الثلاثة الخاصة بالسياحة المستدامة ، وهي التنمية البيئية ، والإقتصادية، والإجتماعية، وقد إقترحت

[1]- مؤشرات وقياس التنمية المستدامة متوفر على الموقع: www.zone.biomapegypt.org/.../showthread.php du (2012 -9-18)

This is trial version
www.adultpdf.com

منظمة السياحة العالمية في عام (1997)، إستخدام مؤشرات منتقاة للسياحة المستدامة ، كما تم إختيار تلك المؤشرات على أساس الطلب حتى تكون مفيدة للمديرين، والإداريين العاملين في قطاع السياحة.

وتستجيب تلك المؤشرات ، بتوفير المعلومات التي يحتاج إليها صناع القرار ، وتوضح المؤشرات الأداء الحقيقي في الأماكن ، أي معدل وفود أو وصول الأفواج السياحية ، وينبغي أن تسمح لنا المؤشرات بأن نستنتج قيم نستطيع مقارنتها بالأماكن الأخرى ، فعلى سبيل المثال تحتاج الأماكن الشمالية والجبلية إلى المزيد من الطاقة، وذلك لتشغيل أنظمة التدفئة للسكن ، والمرافق الأخرى، وذلك بخلاف الأماكن المشمسة أو الشاطئية، وهكذا لن يكون منطقياً في مثل هذه الحالة قياس كميات الطاقة المستخدمة فحسب ، حيث أن القيمة هنا تعتمد على ظروف المكان ، ولكن إذا أخذنا بعين الإعتبار إجمالي الطاقة المستخدمة ، والتي تتولد من المصادر المتجددة يتوافر لدينا في هذه الحالة مؤشر سليم بالنسبة لكل الأماكن ، والشكل التالي يوضح معايير التنمية السياحية المستدامة :

الشكل رقم: 5

معايير التنمية السياحية المستدامة



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على الموقع:
www.zone.biomapegypt.org/.

ومن المشكلات التي تواجه السياحة المستدامة، وجود ممارسات لا تراعي القدرة الإستيعابية للموقع، لكن عملياً لا يمكن إلغاء كل هذه الممارسات ، بل إدخال قياس تكيفي للمؤشرات البيئية والإجتماعية، وتتضمن المعايير المكانية المستمرة ، والبيانات الجوية، والصور الفوتوغرافية، وصور الأقمار الصناعية، التي تشتمل على كامل المشهد، أما المعايير المكانية المنفصلة تتضمن بيانات رصد نوعية المياه في مواقع محددة، وتتضمن المعايير الزمنية المستمرة رصد درجة الحرارة، أما المنفصلة فتتضمن بيانات رصد تصرفات السواح المقيمين بصورة سنوية.

This is trial version
www.adultpdf.com

والجدول الموالي يشرح مؤشرات السياحة المستدامة، التي إعتمدتها منظمة السياحة العالمية سنة (2010)[1]

جدول رقم: 5

مؤشرات السياحة المستدامة

المؤشرات	عناصر القياس
نوعية المياه.	عدد الرواسب القولونية على الشاطئ وعدد طحالب الكلوروفيل، وشكاوى السياح من المياه على السواحل.
التثقيف البيئي.	عدد النماذج البيئية التي يتم إتاحتها في المدارس في الإقليم، وعدد الطلاب الذين يتلقوا مثل هذه النماذج.
الحفاظ على الطبيعة.	عدد فصائل الحيوانات النادرة أو المعرضة للخطر.
إزدحام وإختناق منطقة الشاطئ.	عدد الأشخاص لكل متر مربع في فترات الذروة.
التأثير الاجتماعي.	نسبة السياح مقابل نسبة السكان في شهور الذروة.
سمعة الإقليم.	درجة رضا سكان المنطقة.
الموسم.	عدد السياح في شهور الذروة.
تنوع المناطق الجاذبة للسياح.	نسبة منشآت الخدمات المفتوحة طوال العام.
إدارة المخلّفات الصلبة.	عدد المنازل التي تستخدم الوسائل الرسمية لإزالة القمامة.
رضا المستهلك.	على أساس إستبيان الخروج من المكان.
نظافة المياه والشجيرات.	عدد الحمامات لكل سائح على الشاطئ في أوقات الذروة.
نظافة المطاعم.	عدد السياح الذين أبلغوا عن إصابتهم بتسمم من وجبات المطاعم المحلية ومحال بيع الطعام.
الجرائم	عدد الجرائم التي أبلغ عنها من طرف غير المقيمين والمقيمين.
نظام التسعير	متوسط أسعار الغرف شهرياً.
إستخدام الجمهور للشواطئ	نسبة الشواطئ المفتوحة لإستخدام العامة.
مقدار سيطرة السوق السوداء على أماكن الإقامة.	على أساس المسوح التي تجرى على الزوا.
التمويل لأغراض الحماية	نسبة الأماكن المعرضة للخطر والتي تخضع للحماية.
السلوك العام تجاه المكان	على أساس إستبيان الزوار.

المصدر :من إعداد الباحثة بالاعتماد على موقع المنظمة العالمية للسياحة .

والموقع :http://www.ratztamara.com/rural2.html

1 مؤشرات وقياس التنمية المستدامة متوفر على الموقع: www.zone.biomapegypt.org/.../showthread.php du (2012 -9-18)

This is trial version
www.adultpdf.com

هناك مجموعة من مؤشرات الإستدامة التي وضعتها المنظمة العالمية للسياحة، وقد شرع في إستخدام هذه المؤشرات في بعض الوجهات السياحية، والغرض منها توضيح الآثار الإجتماعية والإقتصادية، والبيئة للسياحة وقُسمت إلى ثلاث مجموعات أساسية وهي:[1]

1 -**المؤشرات البيئية:** وينبني هذا المؤشر على مدى ضغط النشاط البشري على البيئة في المقصد السياحي، وإذا تجاوزت المنطقة السياحية الطاقة الإستيعابية بها، فإنها تفرز عادة مجموعة من المضار تتولى أنواع من المؤشرات البيئية قياسها وهي:[2]

- **مؤشر معالجة النفايات**[3]: سواءً كانت نفايات صلبة أو سائلة؛
- **مؤشر كثافة إستخدام التربة:** الذي يقيس إما معدل كثافة السياح زيادةً على السكان المحليين، أو معدل المنطقة التي تحتلها البيئة الأساسية للسياحة، بالنظر إلى إجمالي المساحة؛
- **مؤشر كثافة إستخدام المياه:** والذي يقيس حجم إستخدام السياح للمياه، بالنسبة إلى حجم إستخدام السكان المحليين، أو بحجم إستخدام السياح للمياه إلى الحجم الكلي المتاح من المياه الصالحة للشرب؛
- **مؤشر حماية الجو من التلوث:** الذي يقيس مدى تلوث الهواء خلال فترات مختلفة من السنة وفي المواسم السياحية معنى ذلك أنَّ التنمية السياحية التي تكتسب صفة الإستدامة تستوجب العمل على عدم تجاوز الطاقة الإستيعابية للموقع السياحي، للحفاظ على نوعية البيئة ومستوى الإشباع لذى الزائرين. ففي الجزائر بلغ متوسط نصيب الفرد 3,3 طن متري من إنبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون[4] سنة (2010).

2 -**المؤشرات الإجتماعية:** ترتكز المؤشرات الإجتماعية للتنمية السياحية المستدامة، على واقع الإنعكاس المتعاظم للنشاط السياحي على الوسط الاجتماعي، وتوجد عدة مؤشرات رئيسية لقياس المؤثرات السياحية على الجانب الإجتماعي.

أ. **مؤشر الانعكاس الإجتماعي:** تقيس تأثير السياحة على الظروف المعيشية لسكان الموقع السياحي من حيث التوظيف والتعليم... إلخ.

1- عبد الباسط وفا ، **التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية والتحديات المعاصرة**، مجلة حلوان ، العدد 12 جوان (2005) ، ص189 .

2- علي رحال ، عامر عيساني **إستراتيجية التنمية السياحية دراسة مقارنة (الجزائر، مصر و تونس)** للملتقى الدولي حول: إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة بسكرة يومي 09 و 10 مارس ، (2010) ، ص4 .

3- قدرت في الجزائر سنة (2012) حوالي 325 ألف طن من النفايات الخطرة يتم فرزها كل سنة .المرحلة الأولى من الخطة الوطنية تدعو إلى إزالة النفايات الخطرة مثل اسبيستوس تفرزها أربعة مصانع والزئبق وبقايا الزنك ومشتقات البلاستيك والمبيدات وبقايا النفط. أنظر المرجع : تصريح وزير البيئة والتنمية الجزائري يوم الإثنين 15 ماي (2013) في ندوة صحفية تحت عنوان لضمان تطبيق "الخطة الوطنية لإدارة المواد الخطرة ". **من موقع المغاربية:** http://magharebia.com/ar/articles

4- تصدر انبعاثات ثاني أكسيد الكربون أساسا من حرق الوقود الأحفوري وصناعة الأسمنت. وهي تشمل إنبعاثات ثاني أكسيد الكربون التي تنطلق أثناء إستهلاك أصناف الوقود الصلبة والسائلة والغازية وحرق الغاز. أنظر بيانات البنك الدولي على الموقع http://data.albankaldawli.org/indicator/EN.ATM.CO2E.PC/count

This is trial version
www.adultpdf.com

ب. **مؤشر رضا السكان المحليين:** وهو يحدد مستوى الرضى لديهم بالمشاريع السياحية والتجاوب معها.

ج. **مؤشر الأمن:** إنعكاس تدفق السواح على عنصر الأمن، ويقاس بمدى تطور الجريمة في وسط سكان المقصد السياحي.

د. **مؤشر الصحة العامة:** مدى إنعكاس تطور النشاط السياحي على مستوى صحة المجتمع المحلي وقياس عدد الأطباء والممرضين إلى عدد السكان، أو عدد المصابين بالأمراض إلى عدد السكان. فالجزائر مثلا تنفق على الرعاية الصحية (3,9% من إجمالي الناتج المحلي).[1]

3 -**المؤشرات الإقتصادية:** تتعلق المؤشرات الإقتصادية للتنمية السياحية المستدامة، بقياس تأثير النشاط السياحي على الوسط المحلي، وأهم المؤشرات مؤشر العمالة، والعملة الصعبة، ومؤشر الدخل والإستثمار ونسبة المساهمة في الناتج المحلي وميزان المدفوعات.

بالاضافة إلى ما سبق، قام البنك الدولي بإعداد مؤشر هدفه تحليل ، وتصنيف الأحياء القديمة ، التي يمكن أن يؤدي فيها مزج إعادة التأهيل الحضري بالتنمية السياحية ، إلى النهوض بالنمو الإقتصادي، ويتألف المؤشر من ثمانية معايير وهي[2]:

أ. **أهمية أصول التراث الثقافي** : يقيس هذا المعيار نوعية الأحياء القديمة بوجه عام، وحالة عرضها وعدد مواقع التراث المدرجة عالميا، والتي تحميها الحكومات بشكل فعال؛

ب. **التصنيف على قائمة اليونسكو للتراث العالمي** : يكفل التسجيل في هذه القائمة الذيوع على المستوى الدولي، الأمر الذي يؤثر على الإقتصاد المحلي ، ويساعد على التسويق الدولي ، ويعزز صناعة السياحة؛

ج. **القرب من الساحل، أوأي معالم طبيعية بارزة، أو مواقع أخرى للتراث الثقافي** : يقيس هذا المعيار إمكانية الجمع بين السياحة الترفيهية، والإقتصادية، والثقافية؛

د. **القرب من مقاصد سياحية قائمة** : الأحياء القديمة التي تكون قريبة من مقاصد سياحية قائمة قد تكون أكثر نجاحاً في تحقيق التنمية السياحية، بفضل الطلب على هذه المواقع القريبة؛

ه. **إمكانية الوصول إلى المقاصد السياحية** : توافر مرافق البنية التحتية الرئيسية للوصول إلى الأحياء القديمة، لأن القرب من المطارات والموانئ والطرق البرية السريعة ، يساعد على تسهيل التنمية القائمة على السياحة؛

---

1 - إجمالي الإنفاق على الرعاية الصحية هو عبارة عن مجموع النفقات الصحية العامة والخاصة. وهو يغطي تقديم الخدمات الصحية (الوقائية والعلاجية)، وأنشطة تنظيم الأسرة، وأنشطة التغذية، والمعونات الطارئة المخصصة للرعاية الصحية ولكنها لا تشمل تقديم المياه والصرف الصحي .أنظر قاعدة بيانات الحسابات القومية التابعة لمنظمة الصحة العالمي الموقع: http://apps.who.int/nha/database for the most recent updates.

2 - البنك الدولي للإنشاء والتعمير متوفرعلى موقع : http://www.albankaldawli.org/dataandresearch

This is trial version
www.adultpdf.com

و. **وسائل الإقامة والراحة** : يعتبر وجود فنادق ودور ضيافة ذات مستوى لائق ، أمراً ضرورياً لإجتذاب الزائرين، ولا سيما إذا كانت موجودة داخل الأحياء القديمة نفسها.

ز. **إحياء المناسبات الثقافية**: يقيس هذا المعيار وجود أنشطة ثقافية، يمكن أن تعزز من شهرة الأحياء القديمة، وتجتذب مزيداً من الزائرين؛

ح. **صناعة عالية المستوى للفنون ، والحرف اليدوية** : يشير هذا المعيار إلى وجود منتجات محلية يدوية الصنع تتميز بلمسات ، ومكونات فنية أو ثقافية راقية، ويعتبر معياراً ضرورياً لإجتذاب السائحين إلى الأحياء القديمة.

ثالثا :تقييم التنمية المستدامة

تتكون عملية التقييم من أجل التنمية المستدامة من ثلاثة أبعاد، كما يوضحها الجدول الموالي:

الجدول رقم: 6

معايير التقييم من اجل تنمية مستدامة

معايير التقييم للأوجه الثلاثة للتنمية المستدامة		
البيئة	الاجتماعي	الاقتصادي
التجديد تجديد الموارد	**الاعتراف** تحسين التنظيم الاجتماعي للإقليم (الخدمات الجوارية، الوصول إلى الثقافة).	**المردودية** الأداء وإمكانية تطوير النشاط.
الوقاية إجراءات الحماية والوقاية.	**الإدماج** الترقية الاجتماعية لكل المتعاملين	**الإدماج الإقليمي** المشاركة في التنمية الشاملة للإقليم (البناء، الخدمات)
التقويم. الانسجام مع الهوية المحلية	**الشراكة** تنمية تعاون، وقوة جماعية.	**المرونة** المرونة لمواجهة المخاوف (المنافسة، تطور الطلب...)
الإطار المعيشي. الخدمات، الجو المرح، الجمال...	**إمكانية الوصول** تجنب تطوير سياحة النخبة فقط.	**الديمومة** القدرة على تجديد النشاط والجاذبية السياحي للإقليم.

المصدر :وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية (2012)
http://www.mta.gov.dz

من خلال الجدول رقم : (6) نلاحظ أن معايير التقييم ، تراعي أبعاد التنمية السياحية المستدامة والمتمثلة في الأبعاد الإقتصادية، والإجتماعية، والبيئية، ولكل من هذه الأبعاد معايير ، تسهل قياسها، مع العلم أن عملية الرصد للأمد الطويل، تتم مع إبعاد التغيرات التي طرأت أو التقليل من أهميتها على الأقل لذا

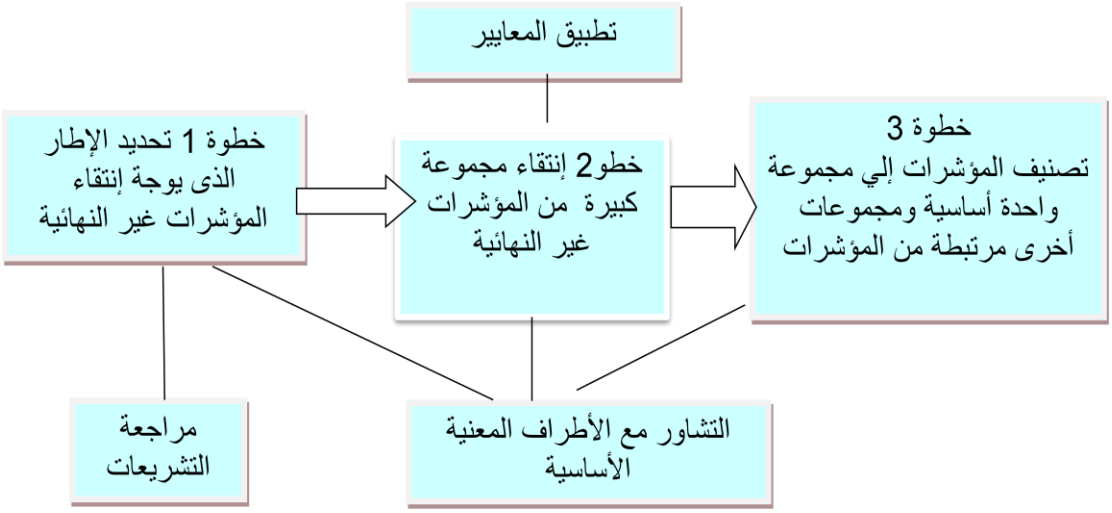
This is trial version
www.adultpdf.com

تظهر العملية مُقاسة بشكل دقيق، لكن نظراً لتعقيد المتغيرات التي ينبغي النظر فيها في وقت واحد ، يكون التقييم الدوري أكثر عملية، مع وجود فاصل زمني، تكون الفترة الزمنية كل سنة أو سنتان كإطار وسطي بين كلفة المعرفة والميزانية المرصودة لها ، إضافة إلى ذلك فإن التدقيق البيئي ينحصر بالمشاريع السياحية الفردية، وتميل إلى أن يكون تطبيقها على مشاريع جديدة، بدلاً من الموجودة بالفعل .

كما أنه ثمة مشاكل تعيق عملية القياس، مثل القدرة على التمييز بين الآثار المرتبطة بالسياحة وتلك المرتبطة بقطاعات أخرى و العوامل سياسية، كما أن إتخاذ القرار لتحقيق أهداف السياحة المستدامة يجب أن يستند إلى المثل العليا للمعرفة، ورغبة جميع المشاركين بإيجاد حل وسط، والإعتقاد بأن الحل موجود. والشكل الموالي يوضح خطوات تطبيق معايير التنمية المستدامة.

شكل رقم: 6

تطبيق معايير التنمية المستدامة



المصدر من موقع هيئة الأمم المتحدة :

http://www.un.org/ar/development

المطلب الرابع : إنعكاسات الأزمة المالية(2008- 2009) على قطاع السياحة

عرفت السياحة حسب المنظمة العالمية للسياحة، تقدما ملحوظا في عدد الوافدين، وفي المداخيل بحيث تجاوزت نسبة النمو الإقتصادي العام 1,3 %. وبلغ عدد الوافدين من السياح الدوليين في العالم 842 مليون سائح في (2006) أي بزيادة 4,5 % مقارنة بـــ (2005) وتوقع بلوغ 1,8مليار في (2030) من بينهم 1,2 مليار داخل كل منطقة أي ضعف العدد في ظرف 15 سنة بنفقات تعادل أكثر من (2000) مليار أورو فقد بلغت العائدات الناتجة من السياحة الدولية، نحو1075 مليار دولار في (2012).[1]

(أنظر الملحق رقم1) للمزيد من التفصيل.

1 - Organisation mondiale du tourisme, édition 2013.

This is trial version
www.adultpdf.com

وترجع أسباب نمو السياحة العالمية إلى خمسة عوامل متمثلة فيما يلي:

- كثافة التنقلات والإتصال الجماهيري؛
- ثورة تكنولوجيا الإعلام والإتصال؛
- الإستقرار الإجتماعي السياسي؛
- نمو الثروة الإقتصادية العالمية؛
- وفرة وقت الفراغ .

والسياحة نشاط كغيرها من الأنشطة تخضع للتقلبات، والإضطرابات التي يشهدها العالم وهذا يرجع إلى عدة أزمات منها: أزمات إقتصادية، وأزمات صحية (أوبئة، وفقر)، وأزمات أمنية (حرو ب وتوترات سياسية).

فهي شديدة الحساسية أمام هذه التقلبات والإضطرابات التي يشهدها العالم ، طالما أن القدر الأكبر من الطلب على هذه الأنشطة، يتمثل في رحلات الترفيه، والإجازات، والأعمال التجارية، فخلال الأزمات الإقتصادية، والإضطرابات السياسية والأمنية يُخفض قطاعي الأُسَر والأعمال في العادة نفقاتهم على الرحلات من أجل قضاء العطلات الترفيهية والأعمال؛ الأمر الذي يتسبب في إنخفاض ملحوظ في عدد السياح، ومن ثم تقليص العوائد السياحية، و مع أن النفقات السياحية، إختيارية في طبيعتها في الأوقات الإقتصادية العصيبة، إلا أن السياحة الدولية لا تستجيب إستجابة تامة إلى العزوف عن السفر ولكن تكون بتقليل الجانب التجاري، ويبرز ذلك من خلال: قصر عدد أيام الإقامة إلى عدد محدود من الأيام بوجهات سياحية أقل تكلفة، والأقرب إلى بلد السائح وإختيار وسائل السفر، والإعاشة من الفئات الأدنى من ناحية التصنيف.[1]

ورجوعا إلى أزمة (2008-2009)، بوصفها من أسوء الأزمات، عصفت بالإقتصاد العالمي، منذ الحرب العالمية الثانية، حيث إنها تسببت في تضخيم الآثار السلبية على قطاع السياحة، إذ إنتقلت عدوى الأزمة من الإقتصاديات المتقدمة، إلى الأقاليم الأكثر إستقطاباً للسياحة، كالأمريكتين وأوروبا، ولهذا تمت ترجمة خفض الصرف في قطاعي الأسر والأعمال بصورة تلقائية، إلى إنخفاض ملحوظ في الطلب السياحي.

وإستناداً إلى بيانات منظمة السياحة العالمية، وقبل إنتشار الأزمة المالية في العالم، واصل قطاع السياحة أداءه الجيد، خلال النصف الأول من (2008) بنسبة نمو لعدد السياح الدوليين قاربت 5,8% ولكن إنعكس هذا الإتجاه، خلال النصف الثاني من السنة ذاتها، ليشهد إنخفاضاً في نسبة عدد السياح

[1]- منظمة المؤتمر الإسلامي، **السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي**، أفاق وتحديات، مركز الأبحاث الإحصائية والإقتصادية والإجتماعية والتدريب للدول الإسلامية ، أنقرة (2010) ص16.

This is trial version
www.adultpdf.com

الدوليين قاربت 1,2%، كما يُعد عام (2009)، واحد من أسوأ الأعوام التي شهدها قطاع السياحة العالمية خلال العقود الخمس الماضية.

هذا، و لم تتأثر جميع الأقاليم، والبلدان بنفس القدر من الآثار العكسية التي تسببت فيها الأزمة المالية العالمية (2008-2009) فقد تأثرت الأقاليم المتقدمة في الأمريكتين، وأوروبا سلباً أكثر من الأقاليم الأخرى النامية.[1] ولقد مهد الإنتعاش الإقتصادي المبكر في أواخر عام (2009)، الطريق لإحداث التحسن في قطاع قطاع السياحة العالمية، وخاصة في الأقاليم النامية والناشئة، مع تدفق السياح في النصف الثاني من (2009) وتسجيلهم لزيادات إيجابية في الشرق الأوسط، وآسيا والباسيفيكي(المحيط الهادي) بنسبة: 3,6 % و3.5 % على التوالي. وبالرغم من هذه التحركات الإيجابية، لنشاط القطاع السياحي، في النصف الثاني من عام (2009)، إلا أنها لم تكن كافية لتعويض الخسارة، التي ألمت بها في النصف الأول من العام ذاته (أي 2009)، لتسجل جميع الأقاليم نمو سلبياً في عدد السياح القادمين، بإعتبار مجمل العام.

وفي هذا الصدد، فقد سجلت جميع الأقاليم خسارة في عدد السياح، عدا إفريقيا، التي شهدت زيادة بلغت 1,4 مليون سائح، أو ما يعادل نسبة زيادة تقدر بنحو 3.1 % عن عام (2008). أما الخسائر التي تم تسجيلها، فقد كان لأوروبا النصيب الأكبر بإنخفاض بلغ 27,3 مليون في عدد السائحين القادمين إليها أو ما يعادل إنخفاض بنسبة 5.6% مقارنة بما تحقق في عام (2008). في حين بلغت الخسائر التي شهدتها أقاليم الشرق الأوسط، والأمريكيتين، وآسيا والباسيفيكي ما نسبته 5.4%، و 4.8%، و1.8%، على التوالي.[2]

أولا: العوائد السياحية

تأثرت عوائد السياحة الدولية تأثراً كبيراً جراء الأزمة المالية العالمية، وخاصة في عام (2009)، وكان هذا واضحاً، لدى البلدان العشرة الأوائل، حسب عوائد السياحة الدولية، والتي شكلت ما نسبته 41.2% من الإجمالي العالمي للعوائد السياحية في (2009). وكمجموعة إنخفضت عوائد السياحة الدولية لدى هذه البلدان بنسبة 15.4% خلال (2009)، إذ أن جميع البلدان العشرة الأوائل، سجلت زيادة في عوائد السياحة الدولية لديها خلال عام (2008)، ماعدا المملكة المتحدة. فقد سجلت تركيا نسبة زيادة بلغت الدرجتين وكانت أعلاها نحو17.9%، تلتها النمسا بنحو15.3%، ثم الولايات المتحدة بنحو 13.4%، ثم أستراليا بنحو 11.3%، ثم ألمانيا بنحو11.1%. أما المملكة المتحدة، فقد سجلت إنخفاضا بلغ نسبة 6.8%. إلا أن هذا الإتجاه قد إنقلب بصورة حادة خلال عام (2009)، حيث إنخفضت عائدات السياحة الدولية في جميع

1 - World Tourism Barometer Committed to Tourism, ‘‘Travel and the Millennium Development Goals’’, Volume 7, Issue 3, (October 2009), p. 3

2 - World Tourism Barometer Committed to Tourism, Op. Cit., p. 11.

This is trial version
www.adultpdf.com

البلدان العشرة الأوائل في العالم حسب العوائد السياحية، عدا أستراليا التي سجلت زيادة بنسبة 3.2%.[1] وكذلك إنخفاض في عدد الوافدين، وهذا ما يبينه الشكل والجدول أدناه[2]:

الجدول رقم: 7

عدد السياح الوافدين في السياحة الدولية للبلدان العشر الأوائل (2010)

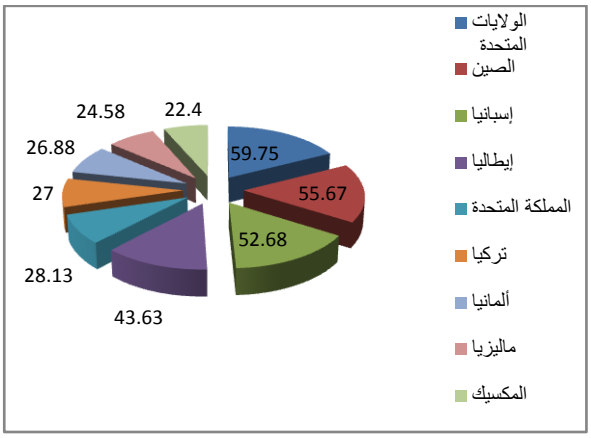
الوحدة مليون سائح

الترتيب	البلد	عدد السياح
1	فرنسا	76.80
2	الولايات المتحدة	59.75
3	الصين	55.67
4	إسبانيا	52.68
5	إيطاليا	43.63
6	المملكة المتحدة	28.13
7	تركيا	27.00
8	ألمانيا	26.88
9	ماليزيا	24.58
10	المكسيك	22.40

Source : Organisation mondiale du tourisme, édition 2010

الشكل رقم: 7

عدد السياح الوافدين في السياحة الدولية للبلدان العشر الأوائل (2010)



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم:(7)

وللإشارة، السياحة الجزائرية لم تتأثر بنتائج الأزمة المالية، وذلك لعدة أسباب ترجع أساساً للوضعية الإقتصادية للجزائر في السوق العالمية.

ثانيا: أهم التدابير لمواجهة الأزمة

لمواجهة الآثار السلبية للأزمة المالية العالمية (2008)، شكلت العديد من الحكومات، وحكومات البلدان المتقدمة على وجه الخصوص، صناديق تحفيزية لإستعادة ما فقده قطاع السياحة لقدرته على لعب دور مهم في قيادة الإقتصاد العالمي، للخروج من حالة الركود التي ألمت به، فكُلف صانعو السياسة لتوجيه هذا القطاع في إطار تدابير سياسية تخفف الأزمة[3]. ففي هذا الصدد خرجت منظمة السياحة العالمية بخريطة طريق الإنتعاش في أكتوبر (2009)، وتقدم خريطة الطريق في الأساس إجراءات للتخفيف من الأزمة الإقتصادية وآثارها على قطاع السياحة والسفر، وتمت صياغة هذه الإجراءات تحت ثلاثة مواضيع هي: المرونة، والتحفيز، والإقتصاد الأخضر، ويشمل خمس خطوات عملية موصى بها لمساعدة قطاع السياحة للإنتعاش من الآثار السلبية للأزمة. وكما تؤكد هذه الخريطة على أهمية قطاع السياحة بوصفه كذلك محركاً رئيسياً لإنتعاش الإقتصاد العالمي ككل، وإلتزاماً بخريطة الطريق هذه قامت العديد من البلدان

1- منظمة المؤتمر الإسلامي، **مرجع سابق** ص21.

2 - Organisation mondiale du tourisme, édition 2010

3- منظمة المؤتمر الإسلامي، **مرجع سابق** ص22.

This is trial version
www.adultpdf.com

المتقدمة بوضع تدابير في شكل حزم برنامجية مالية، ونقدية لتخفيف الآثار السلبية للأزمة على قطاع السياحة، وبصورة عامة قامت بعض البلدان بتخفيض الضرائب، وسهلت إجراءات تأشيرة الدخول لتسهيل الحركة السياحية، في الوقت الذي قامت فيه بلدان أخرى بتخصيص موارد مالية لدعم المشاريع السياحية، وإستحداث وزيادة معدل الإستخدام في القطاع وتطوير بنيته التحتية.

مما سبق، تبين أن السياحة تمكنت من الدوام من تحقيق الإنعاش من الأزمات الماضية بسرعة ملحوظة ومستويات نمو متقاربة، وحسب التوقعات الأخيرة لمنظمة السياحة العالمية، والمرتكزة على بيانات أولية حول 140 وجهة للإستقطاب السياحي، خلال عام (2012) بلغ إنفاق الصينيين على السفر للخارج 102 مليار دولار أمريكي، أصبحت خلالها الصين أكبر مصدر للسياحة على مستوى العالم[1].

وأظهر بارومتر السياحة العالمية لعام (2012) أن ترتيب الدول السياحية من حيث عدد مرات وصول السائحين إليها، ومن حيث عائدات الحركة السياحية لديها، بقي كما هو دون تغيير جوهري حيث واصلت فرنسا إحتلال المركز الأول بإعتبارها أكثر دول العالم إستقبالا للسائحين، تليها الولايات المتحدة ثم الصين، ثم إسبانيا، ثم إيطاليا، ثم تركيا في المركز السادس، وهي المراكز التي لم تشهد تغييرا عن عام (2011)، بينما كانت المملكة العربية السعودية الأولي عربياً في هذا الجدول وجاءت في المركز 19 وجاءت مصر في المركز 22.[2] كما إحتلت الولايات المتحدة المركز الأول من حيث إجمالي العائدات السياحية بين دول العالم، وهذا ما يوضحه الجدولان الموالیان:

الجدول رقم: 8

عدد السياح الوافدين في السياحة الدولية للبلدان العشر الأوائل (2012)

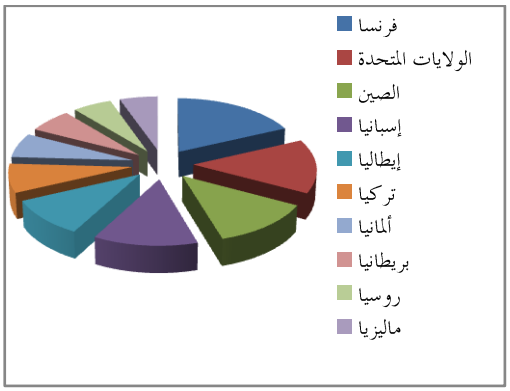
الوحدة بالمليون

الترتيب	البلد	عدد الوافدين بالمليون
1	فرنسا	83.0
2	الولايات المتحدة	67.0
3	الصين	57.7
4	إسبانيا	57.7
5	إيطاليا	46.4
6	تركيا	35.7
7	ألمانيا	30.4
8	بريطانيا	29.3
9	روسيا	25.7
10	ماليزيا	25.0

Source : Organisation mondiale du tourisme, édition 2013.

الشكل رقم: 8

عدد السياح الوافدين في السياحة الدولية للبلدان العشر الأوائل (2012)



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم:(8)

1- Organisation mondiale du tourisme, édition 2013 . Voir le: www2.unwto.org/fr

2- ibid

This is trial version
www.adultpdf.com

الجدول رقم: 9

العوائد حسب العشر دول الأولى (2012)

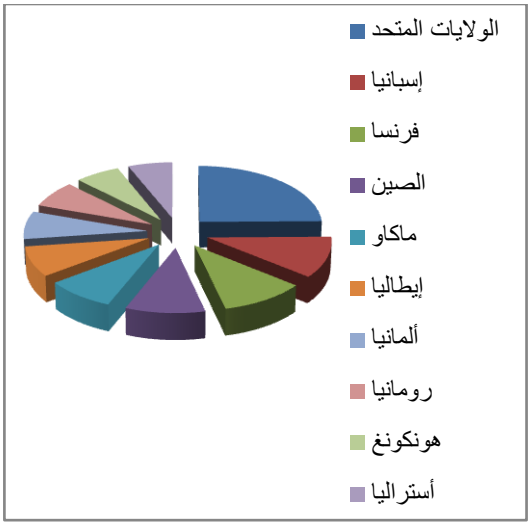
الوحدة: مليون دولار

الترتيب	البلد	العوائد مليون دولار
1	الولايات المتحدة	126.2
2	إسبانيا	55.9
3	فرنسا	53.7
4	الصين	50.0
5	ماكاو	43.7
6	إيطاليا	41.2
7	ألمانيا	38.1
8	رومانيا	36.4
9	هونكونغ	32.1
10	أستراليا	31.5

Source : Organisation mondiale du tourisme, édition 2013

الشكل رقم: 9

العوائد حسب العشر دول الأولى (2012)



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم:(9)

من خلال الجدولان رقم: (8) و(9) نلاحظ تصدر الولايات المتحدة دول العالم من حيث حجم العائدات السياحية التي حققتها في (2012)، محتفظة بنفس ترتيبها في عام (2011)، تليها إسبانيا، ثم فرنسا، وجاءت الأمريكتان في المركز الأول من حيث إجمالي العائدات السياحية التي زادت بنسبة 7%، تليها آسيا والمحيط الهاديء 6%، ثم أفريقيا 5%، ثم أوروبا 2% فقط، بينما سجلت منطقة الشرق الأوسط التي تشمل مصر ودول الربيع العربي، تراجعاً بلغ 2% في حجم العائدات بسبب إستمرار الإضطرابات السياسية. ومن بين الأرقام المهمة في هذا الإطار أن أوروبا سجلت 457 مليار دولار كعائدات سياحية في عام (2012)، وهو ما يعادل 43% من إجمالي العائدات السياحية، وهي أكبر حصة تسجلها منطقة واحدة في عام واحد، بينما كانت حصة آسيا والمحيط الهادي 323 مليار دولار، أي ما نسبته 30% من العائدات، تليها الأمريكتان بـــ 215 مليار دولار بنسبة 20%، وبلغت عائدات السياحة في الشرق الأوسط 4% مسجلة 47 مليار دولار، وفي أفريقيا 34 مليارا بنسبة 3%. وتصدرت فرنسا ترتيب دول العالم من حيث إستقبال السائحين بـــ 83 مليون سائح في عام (2012)، بينما إحتلت المركز الثالث من حيث العائدات السياحية، حيث حققت 54 مليار دولار، بينما جاءت الولايات المتحدة في المركز الأول من حيث العائدات بمقدار 129 مليار دولار، وفي المركز الثاني في عدد مرات الوصول للسائحين.[1]

[1] ibid

This is trial version
www.adultpdf.com

خلاصة الفصل الأول

يتضح مما سبق، بأن السياحة ظاهرة قديمة قدم الإنسان، شهدت تطورات سريعة ومستمرة وذلك موازاة مع تطور الحياة وأساليبها، إضافة إلى التطور العلمي، والتكنولوجي مما أدى إلى إتساع نطاقها وإزدياد أهميتها حتى أصبح يطلق عليها صناعة القرن الواحد والعشرين.

ويستفاد أيضا بأن السياحة إكتسبت من الأهمية ما جعل الهيئات العالمية المرموقة، (كهيئة الأمم المتحدة والمنظمة العالمية للسياحة...الخ)، تهتم بها وتسن لها التشريعات والتنظيمات الخاصة بها، حتى لا تكون سلاحا ذو حدين ولكي لا تصبح سببا في نقل العادات الدخيلة على المجتمعات، وتشجيع الهجرة غير الشرعية.

كما يلاحظ أن السياحة المستدامة أصبحت منهجاً، وأسلوباً تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية، وعلى غير ما يعتقد الكثير فإن تطبيق مفهوم السياحة المستدامة لا يعد مكلفاً من الناحية المالية، فله عائده المعنوي والمادي، ويعود بالربح والفائدة على المؤسسات السياحية.

إضافة إلى ذلك، إن تطبيق مفهوم الإستدامة السياحية يعتمد على ثلاثة جوانب هامة، أولاً، العائد المادي لأصحاب المشاريع السياحية، وثانياً البعد الإجتماعي، على إعتبار أن هذه المؤسسات هي جزء من المجتمع المحلي، وعليها الإستفادة من الخبرات، والكفاءات المحلية ما أمكن، بالإضافة إلى إشراك المجتمع المحلي والأخذ برأيه، أما البعد الثالث فهو البيئة، حيث تعامل هذه المؤسسات على أنها جزء من البيئة، وبالتالي يجب عليها المحافظة على الموارد الطبيعية، من ماء، وطاقة، ونباتات، وأحياء طبيعية لدرء أي خطر من مشاكل التلوث والتدهور البيئي.

This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

تمهيد الفصل الثاني

إستشعرت الجزائر،كغيرها من العديد من دول العالم أهمية القطاع السياحي، فأصبحت تشهد وعياً ثقافياً وعلمياً، وإجتماعياً، يعطي للموارد السياحية إهتماماً بالغاً في الحماية والحفاظ عليها، من أجل النهوض بالإقتصاد على إعتبار أن الجزائر تتوفر على مختلف المقومات الأساسية، من المصادر الطبيعية والبشرية بإحتوائها على أكثر من 1200 كلم كشريط ساحلي وواجهة بحرية، إضافـــة إلى تنوع طبيعي كبير ومناظر خلابة من جبال، وغابات، وصحراء، وواحات، فهذه المقومات تسمح للجزائر بأن تكون وجهة جد مميزة ومفضلة للسياح، لكن هذا الهدف يتطلب تحقيقه القيام بخطوات مدروسة ، ومتواصلة تسمح بإعطاء النشاط السياحي وضوحا في الرؤية ، سعيا لتجسيد إقتصاد سياحي مكمل للمقدرات الإقتصادية الأخرى.

وعلى الرغم من مقومات القطاع السياحي، التي تزخر بها دول شمال إفريقيا الجزائر، وتونس والمغرب، إلا أن القطاع السياحي بها لا زال متفاوتاً، بحيث إن الجزائر لازالت متأخرة في هذا النشاط الإقتصادي الهام بالمقارنة مع تونس، والمغرب اللتين حققتا تقدما ملحوظاً.

هذا، وتعتبر السياحة رهاناً مستقبلياً حقيقياً، للنهوض بالإقتصاد الجزائري، ويرجع هذا لكونها مكمل نسبي عن العوائد البترولية المتجهة نحو النفاذ من جهة، ومنشط لجل النشاطات الإقتصادية المتبقية من جهة أخرى. وعلى إثر ذلك أدركت الجزائر، ضرورة إعادة النظر في السياسات المنتهجة، في المجال السياحي ووضع إستراتيجيات قائمة على أسس علمية، تهدف إلى تحقيق التميز في هذا القطاع، وذلك من أجل خلق قواعد قادرة على المنافسة، سواءً على المستوى الإقليمي أو على المستوى الدولي.

إن التنافس السياحي بين دول الجوار، يتم في أجواء من التنافس التجاري المحض المعتمد أساساً على تطوير المنتج، وجعله أكثر تنافسية؛ فإن الجزائر تنظر بهذا الخصوص إلى التفوق الذي أحرزته هذه الدول في هذا المجال بنظرة محاولة المحاكاة ، خصوصا وأنها إستفاقت على سوء إختياراتها التي إتخذتها في هذا القطاع منذ الإستقلال، وإعتبرته من القطاعات الرأسمالية التي تكرس التبعية للغرب.

مما سبق، سوف نحاول في هذا الفصل، التعرف على واقع السياحة في الجزائر، وأهم الإستراتيجيات التي إتخذتها للوصول إلى ترقية القطاع السياحي، من خلال المبحثين كالتالي:

- **المبحث الأول: تحليل وتقييم مختلف البرامج السياحية ضمن المخططات التنموية (1967- 2004)؛**
- **المبحث الثاني: واقع السوق السياحي في الجزائر.**

This is trial version
www.adultpdf.com

المبحث الأول: تحليل وتقييم مختلف البرامج السياحية ضمن المخططات التنموية (1967- 2004)

نظراً لما تتمتع به الجزائر من قدرات وإمكانيات إقتصادية، وموقع جغرافي إستراتيجي، وخصائص طبيعية أخرى، يمكن أن تصبح قطبا سياحياً عالمياً، على غرار الأقطاب السياحية المتوسطية ، وبذلك توفر دفعاً قوياً لقطاعات النشاط الإقتصادي المختلفة، غير أن تجسيد هذه الحركة التنموية للنهوض بهذا القطاع لن يأتي إلا بوجود إستراتيجيات سياحية مستدامة.

قامت الجزائر عبر العديد من المخططات التنموية، بوضع منشآت سياحية عبر كافة أرجاء الوطن وذلك من خلال برامج التنمية الإقتصادية، والإجتماعية المحددة في المخططات التنموية.

المطلب الأول: الفترة (1967- 1979)

سيتم في هذا المطلب، تناول مكانة القطاع السياحي ضمن الم خططات التنموية، التي تمت في هذه الفترة، وسنعرضها حسب الترتيب:

أولا: المخطط الثلاثي (1967-1969)

عُرف هذا المخطط بما قبل التخطيط ، لأنه شكل آنذاك مجهوداً لتكيف الهياكل الإقتصادية والإجتماعية، والإدارية مع سياسة التخطيط الجديدة، بحيث كان هدف هذا المخطط هو بناء قاعدة صناعية وهذا من أجل تحقيق نمو حقيقي ، وذلك بالإهتمام بالقطاع الإجتماعي ، وتظهر مكانة القطاع السياحي في هذا المخطط من خلال مقارنة قيمة المبالغ المخصصة لهذا القطاع ، مع تلك المخصصة للقطاعات الأخرى والجدول التالي يبين ذلك:

جدول رقم: 10

توزيع الإستثمارات على مختلف القطاعات

خلال المخطط الثلاثي (1967-1969).

القطاعات	المبالغ لكل قطاع (مليون دج)	النسبة المئوية
الصناعة	5400	48,74
الزراعة	1869	16,87
الهياكل الأساسية	1124	10,14
التربية	912	08,23
السكن	413	03,72
السياحة	282	02,54
التكوين	127	01,14
الضمان الاجتماعي	295	02,66
الإدارة	441	03,98
متفرقات	215	01,94
المجمـــــوع	11078	100

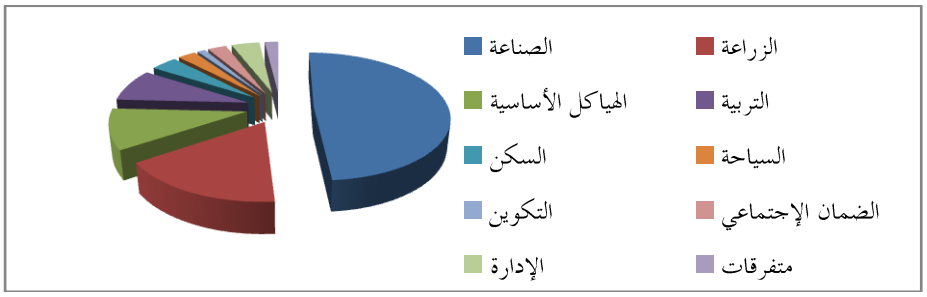
المصدر: الجمهورية الجزائرية، وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، إنشاء المخطط الثلاثي (67- 69).

This is trial version
www.adultpdf.com

و الشكل التالي يوضح توزيع المبالغ المخصصة لكل قطاع خلال المخطط الثلاثي:

الشكل رقم: 10

توزيع المبالغ المخصصة لكل قطاع خلال المخطط الثلاثي



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم (10)

من خلال الجدول رقم **(10)** نلاحظ أن نصيب القطاع السياحي في هذه الفترة ، بلغ 282 مليون دج أي ما يعادل 02,54% من مجموع الإستثمارات، ويعود سبب ضعف الحصة الممنوحة للسياحة إلى عدم إعطاء الأولوية لقطاع الخدمات.

أما فيما يتعلق بتوزيع الأسرة المبرمجة خلال المخطط الثلاثي (67 - 69) يمكن الإشارة إليها ضمن الجدول التالي:

جدول رقم: 11

توزيع الأسرة المبرمجة حسب أنواع المحطات خلال المخطط الثلاثي (67 - 69)

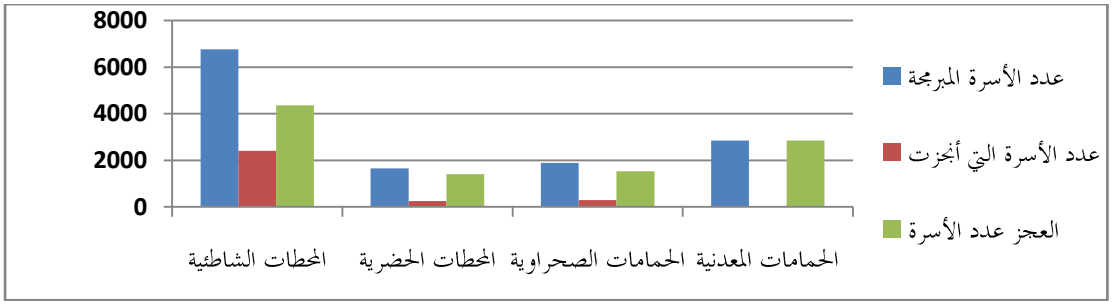
الأنواع المقررة	عدد الأسرة المبرمجة	عدد الأسرة التي أنجزت	العجز في عدد الأسرة
المحطات الشاطئية	6766	2406	4360
المحطات الحضرية	1650	254	1396
المحطات الصحراوية	1881	286	1532
المحطات المعدنية	2841	0	2841
المجموع	13081	2946	10135

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات (1970).

والشكل التالي يبين مقارنة عدد الأسرة المبرمجة بالمنجزة خلال المخطط الثلاثي:

الشكل رقم 11

مقارنة عدد الأسرة المبرمجة بالمنجزة خلال المخطط (1967-1969)



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم (11).

This is trial version
www.adultpdf.com

نلاحظ من خلال الجدول رقم **(11)** تمركز عدد الأَسِرَّة المبرمجة في السياحة الساحلية بحوالي 6766 سرير، وأعطيت الأولوية في الإنجاز للمحطات الشاطئية نسبة 35.5 % أي 2406 سرير، كما أن الإنجازات تبقى بعيدة كل البعد عن التقديرات والمقدرة بـــ: 13081 سرير بحيث سجل العجز بقيمة 10135 سرير.

ثانيا: المخطط الرباعي الأول (1970-1973)

كان الهدف من هذا المخطط: تلبية المتطلبات السياحية الداخلية ، والدولية بميزانية تقدر بـــ: 700 مليون دج، لإنجاز الحمامات المعدنية، من أصل 27736 مليون دج المخصصة لهذا المخطط ، وسعى المخطط لرفع قدرات الإيواء ما بين 70000 و90000 سرير في نهاية السبعينيات، والجدول التالي يبين كيفية توزيع الإستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي الأول (1970-1973).

جدول رقم:12

توزيع الإستثمارات على مختلف القطاعات خلال (1970- 1973)

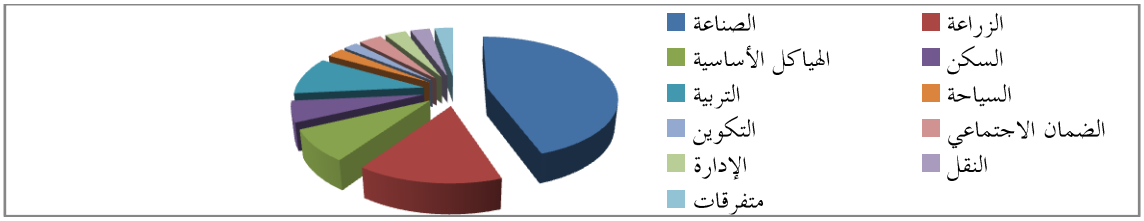
القطاعات	المبالغ لكل قطاع (مليون دج)	النسبة المئوية
الصناعة	12400	44.71
الزراعة	4140	14.93
الهياكل الأساسية	2307	8.32
السكن	1520	5.48
التربية	2718	9.80
السياحة	700	2.52
التكوين	585	2.11
الضمان الاجتماعي	934	3.37
الإدارة	870	3.14
النقل	800	2.88
متفرقات	760	2.74
المجموع	27736	100

المصدر: الجمهورية الجزائرية، وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، إنشاء المخطط الرباعي الأول (1970-1973).

والشكل التالي يوضح بيانات الجدول رقم، **(12)** لتسهيل تحليل المعطيات:

الشكل رقم: 12

توزيع الإستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول أعلاه.

This is trial version
www.adultpdf.com

من الجدول رقم **(12)** نلاحظ، أنه بالرغم من رفع قيمة المبلغ المخصص للقطاع السياحي والمقدر بـــ: 700 مليون دج مقارنة بالمخطط السابق، إلا أنّ هذا القطاع بقي مهمشا بالنسبة للقطاعات الأخرى. حيث أنه لم يخصص له سوى 2,52 %من مجموع الميزانية.

والجدول التالي يوضح الإنجازات المحققة في نهاية المخطط الرباعي الأول:

جدول رقم: 13

عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط الرباعي الأول حسب نوع المنتج السياحي

الوحدة: سرير

نوع المنتج	الشاطئ	الصحراوي	الحضري	المناخي	المعدني	المجموع
عدد الأسرة	4300	1250	710	300	300	6860

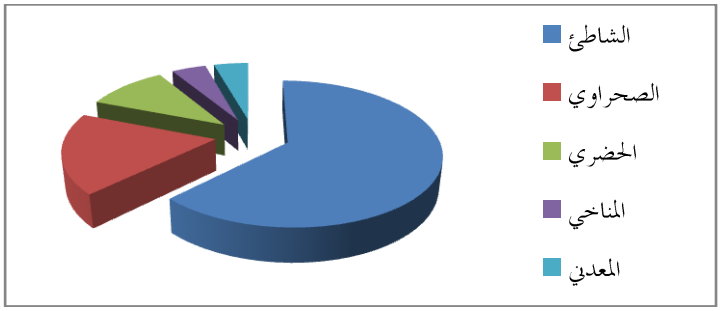
المصدر: الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، مديرية الإحصائيات (1974).

والشكل التالي يبين عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط الرباعي الأول حسب نوع المنتج السياحي:

الشكل رقم: 13:

عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط

الرباعي الأول على حسب المنتج السياحي



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (13)

من تحليل بيانات الجدول رقم: **(13)** نلاحظ أن تمركز الإنجازات كان في السياحة الشاطئية بحوالي 4300 سرير، وفي نهاية المخطط تم إنجاز 6860 سرير فقط، بعجز مقدر بـــ: 28140 سرير، أي حققت الأهداف بنسبة 45,34% فقط، ويرجع ذلك إلى أن الجزائر كانت تعمل على تطوير السياحة الشاطئية بإعتبارها ركيزة أساسية داخل قطاع السياحة الجزائري، ومورد مهم يذر أموالا كبيرة على القطاع.[1]

ثالثا: المخطط الرباعي الثاني (1974- 1977)

شهد هذا المخطط ، متابعة العمليات السياحية غير المنجزة خلال الفترة السابقة، وإنجاز منشآت إضافية في إطار برنامج جديد لبلوغ 25000 سرير قبل نهاية (1977).

والجدول التالي يوضح توزيع الميزانية على مختلف القطاعات:

1 – الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، مديرية الإحصائيات (1974).

This is trial version
www.adultpdf.com

جدول رقم: 14

توزيع الميزانية على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي الثاني

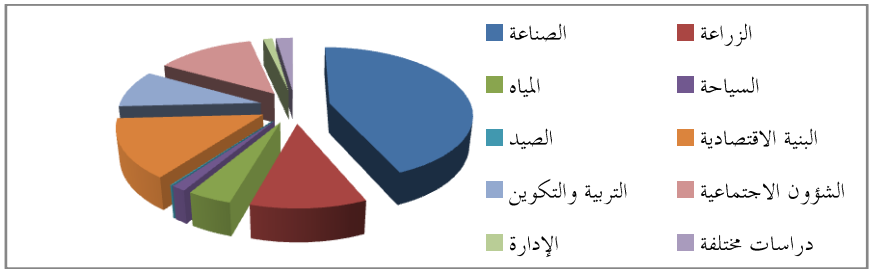
القطاعات	المبالغ المخصصة (مليون دج)	النسبة المئوية
الصناعة	48000	43.54
الزراعة	12005	10.9
المياه	4600	4.2
السياحة	1500	1.4
الصيد	155	0.1
البنية الإقتصادية	15500	14.1
التربية والتكوين	9947	9.0
الشؤون الاجتماعية	14610	13.3
الإدارة	1399	1.3
دراسات مختلفة	2520	2.3
المجموع	110236	100

المصدر: الجمهورية الجزائرية، وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، إنشاء المخطط الرباعي الثاني (1974-1977).

و الشكل التالي يبين المبالغ المخصصة خلال المخطط الرباعي الثاني:

الشكل رقم: 14

المبالغ المخصصة خلال المخطط الرباعي الثاني (مليون دج)



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (14).

الجدول رقم : **(14)** يبين بأن قيمة الإستثمارات المخصصة للقطاع السياحي تضاعفت مقارنة بالفترات السابقة، لكن رغم هذا فإن القطاع السياحي بقي مهمشا، كما نلاحظ إنخفاض النسبة من 2,52% في المخطط السابق إلى 1,4% خلال المخطط الرباعي الثاني ، ويرجع ذلك بسبب أن الدولة أعطت الأولوية للمشاريع المتبقية، من المخطط الثلاثي (67 – 69) بنسبة 60% من المبلغ الإجمالي المخصص للإستثمارات السياحية أي ما يعادل 420 مليون د.ج .

بلغت الإنجازات في هذه الفترة 7960 سرير أي بنسبة تقدر بـــ: 84,31% من الأهداف المسطرة وفي سنة (1978) بلغ مقدار الإستثمارات المخصصة للقطاع السياحي 5,328 مليون دج، حيث تم إنجاز

This is trial version
www.adultpdf.com

860 سرير، لتصبح الطاقة الإجمالية في نهاية 1978 تقدر بـــ: 8820 سرير. والجدول الموالي يوضح عدد الأَسِرَّة المنجزة خلال الفترة (74- 78)

جدول رقم: 15

توزيع طاقات الإيواء السياحي

خلال الفترة (74- 78) حسب نوع المنتج السياحي

الوحدة: سرير

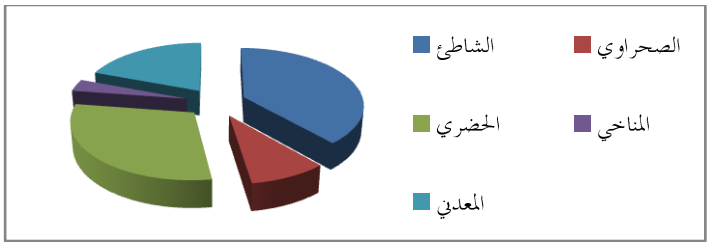
المنتج	الشاطئ	الصحراوي	الحضري	المناخي	المعدني	المجموع
عدد الأسرة	3400	800	2620	300	1700	8820

المصدر: الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، مديرية الإحصائيات.

و الشكل التالي: يبين عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط الرباعي الثاني على حسب المنتج السياحي:

الشكل رقم:15

عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط على حسب المنتج السياحي



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (15)

يبين الجدول رقم: (15) بأن تركيز الإنجازات إستهدف السياحة الشاطئية ، وبدرجة أقل الحضرية في حين السياحة الصحراوية، والمناخية كان نصيبهم أقل بحيث قدرت بـــ:800 و 300 سرير على التوالي.

وفي سنة 1978 بلغ مقدار الإستثمارات المخصصة للقطاع السياحي 3285 مليون دج، حيث تم إنجاز 860 سرير، لتصبح الطاقة الإجمالية في نهاية 1978 تقدر بـــ: 8820 سرير موزعة على أنواع السياحة المختلفة وتبقى هذه النسبة قليلة، إذا ما قورنت بالدول المجاورة .

رابعا: النتائج المحققة خلال الفترة (1967- 1979)

في هذه المرحلة تم إنجاز العديد من الهياكل والمرافق الأساسية ، ومن أهم النتائج التي حققها القطاع ما يلي:[1]

1 –**طاقات الإيواء المحققة**: والجدول التالي يبين تركيبة السياحة الجزائرية من حيث الأنواع المتوفرة مقاسة بالأَسِرَّة في نهاية **(1979)**.

1– كواش خالد، **أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية حالة الجزائر**، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم العلوم الإقتصادية (2004)، ص 144 .

This is trial version
www.adultpdf.com

جدول رقم: 16

عدد لأَسِرَّة حسب نوع المنتج (1967- 1979)

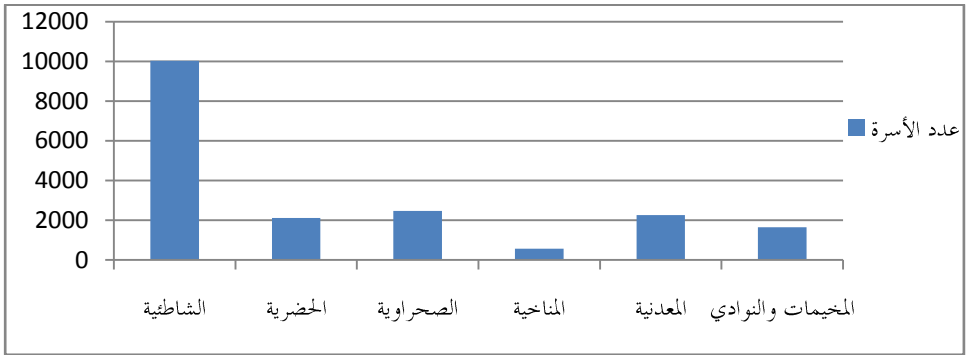
أنواع السياحة	عدد الأسرة	النسبة المئوية
الشاطئية	10026	52,61
الحضرية	2108	11,06
الصحراوية	2462	12,92
المناخية	560	02,93
المعدنية	2252	11,81
المخيمات والنوادي	1650	08,66
المجموع	19058	100

المصدر: كواش خالد ، **مرجع سابق**، ص146.

والشكل التالي يبين عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط على حسب المنتج السياحي:

الشكل رقم: 16

عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط على حسب المنتج السياحي



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم 16

من الجدول رقم: (**16**) يتبين بأن تركيز طاقات الإيواء السياحي ، تمثل في السياحة الشاطئية بنسبة تفوق 52%، وبأكثر من 10 آلاف سرير ، وبالمقابل كانت حصة السياحة المناخية هي الأقل بحوالي: 560 سرير فقط .

2 –**التدفقات السياحية البشرية والنقدية** :إن تطور الإستثمارات السياحية يعكس تطور التدفقات السياحية،بالنسبة للتدفقات السياحية البشرية فهي لم تتجاوز 3 مليون سائح خلال الفترة ما بين (1967 و1979)، بمعدل متوسط للسياح يقدر بـــ: 240000 سائح سنوياً.

أما بالنسبة للإيرادات السياحية للفترة الممتدة ما بين (1967 - 1979) قد تضاعفت، ولكن كان هناك بعض التذبذب في نسب الزيادة ، وهذا نتيجة لتوافد السياح بسبب تهيئة مناطق سياحية و إستكمال بعض الإستثمارات التي تساعد على إيواء الوافدين.

This is trial version
www.adultpdf.com

3 -**التشغيل:** تم التنبؤ بإحداث 21 ألف منصب عمل دائم ، في نهاية (1979) من خلال المخططات التنموية الثلاث، إلاّ أنه لم يتم إنشاء سوى 7252 منصب شغل دائم ، حتى سنة (1977) أي 1% من المناصب المشغولة في القطاع العام.[1]

أما عن نتائج التكوين السياحي ، فقد إستفاد 3000 عامل من تكوين سياحي في نهاية (1979) وبقي عدد كبير من العمال بدون تكوين، كما تميزت هذه الفترة بعجز في التأهيلات الوسيطية، وهذا ما إنعكس سلباً على نوعية الخدمات المقدمة.

المطلب الثاني: الفترة (1980- 1989)

تميزت هذه الفترة بالمخططات الخماسية الأول والثاني بيانها كالتالي:

أولا: المخطط الخماسي الأول (1980- 1984)

خلال هذا المخطط تم إقتراح مبلغ مالي يقدر بـــ: 3400 مليون دج لتغطية النفقات المتعلقة بالعمليات المنجزة والجديدة ، من أجل بلوغ 50880 سرير في إطار 89 مشروع سياحي، وبلغت الحصة المخصصة للقطاع السياحي من إجمالي الإستثمارات المقدرة بـــ: 400 مليار دج، وكان المبلغ الموزع على القطاع السياحي مخصص كالتالي: ما يقارب 6,01 مليار دج لإتمام المشاريع الباقية دون إنجاز و 8,01 مليار دج خاصة بإنجاز المشاريع السياحية الجديدة.[2]

وقد تناول المخطط الخماسي الأول ما يلي:

- تهيئة مناطق التوسع السياحي، وإعتمادها من قِبل المتعاملين الآخرين كأنماط في المشاريع المستقبلية؛
- توسيع الفندقة الصحراوية؛
- توسيع الحمامات المعدنية؛
- برمجة الفندقة الحضرية.

والجدول الموالي يظهر توزيع المشاريع السياحية حسب نوع المنتج.

جدول رقم:17

توزيع المشاريع السياحية حسب نوع المنتج خلال (1980- 1984)

نوع المنتج	شاطئ	صحراوي	معدني	مناخي	حضري	مخيمات	المجموع
عدد المشاريع	02	01	09	05	32	40	89
عدد الأسرة	3300	2350	1650	1150	6900	1200	16550

المصدر: الجمهورية الجزائرية، الديوان الوطني للسياحة، إحصائيات (1985)

1 - الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، مديرية الإحصائيات.

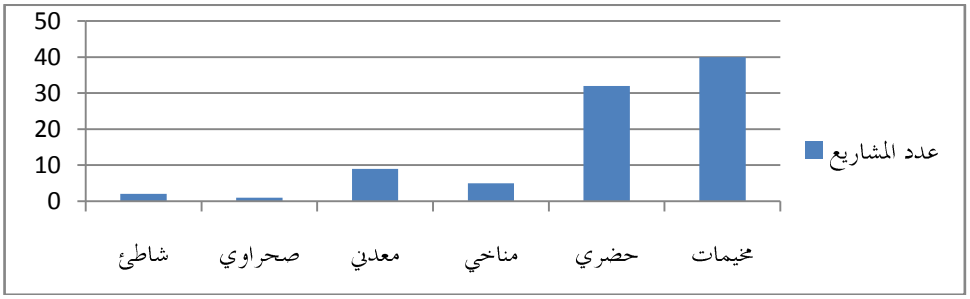
2- République d'Algérie, MINISTERE DE PLANIFICATION ET DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE, RAPPORT GENERAL DU PLAN QUINQUENNAL ,1980- 1984.

This is trial version
www.adultpdf.com

والشكلان رقم: 17 و 18 يوضحان عدد المشاريع والأَسِرَّة، حسب نوع المنتج السياحي:

الشكل رقم: 17

عدد المشاريع حسب نوع المنتج السياحي



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (17).

الشكل رقم: 18

عدد الأسرة حسب نوع المنتج السياحي



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (17).

من خلال الجدول رقم: (17)، يبدو جلياً بأن أكبر عدد من المشاريع ينصب على المخيمات والسياحة الحضرية، وبالنسبة لعدد الأسرة، فقد حازت السياحة الشاطئية والحضرية على أكبر حصة.

ومع نهاية المخطط الخماسي الأول تم تسجيل إنجاز 20 مشروع من أصل 89 مشروعا، وهو ما يعادل 4050 سرير فقط، بعجز يقدر بـــ: 46830 سرير، وهذا راجع لرشادة السياسة المتبعة في تطوير السياحة لم تكن بالقدر المطلوب.[1]

ثانيا: المخطط الخماسي الثاني (1985- 1989)

خلال هذا المخطط، أعطيت الأهمية للسياحة الداخلية على حساب السياحة الدولية، مع الشروع في تنفيذ برامج خاصة لإستقبال السواح الأجانب، ويُبَرَّرْ ذلك من خلال:

- لا مركزية الإستثمارات، وتنويع المتعاملين مثل: الجماعات المحلية، القطاع الخاص...إلخ؛
- تطوير الحمامات المعدنية والمراكز المناخية؛
- التحكم في الطلب السياحي المتنوع؛
- متابعة سياسة التهيئة.

1 -Algerie Office National du Tourisme . voir le: http://www.ont-dz.org.

This is trial version
www.adultpdf.com

بلغ نصيب القطاع السياحي من الإستثمارات المبرمجة خلال المخطط الخماسي الثاني 3500 مليون دج من أصل 550 مليار دج، مخصصات الإستثمار الإجمالية لهذا المخطط ، وقد خصص مبلغ 1800 مليون دج لإنجاز وتهيئة مناطق للتخييم حسب التوجهات السياحية الجديدة.[1]

وتمت خلال هذه المرحلة ، إعادة هيكلة المؤسسات السياحية، وذلك بحل الوكالة الوطنية للسياحة والتي أنشئت على غرارها عدة مؤسسات تمثلت في:

- الديوان الوطني الجزائري السياحي بالجزائر العاصمة، يهتم بالنشاط التجاري على غرار ما كان مكلفاً به سابقاً (كان مكلف بترقية السياسة السياحية)؛
- الشركة الوطنية للفنادق الحضرية المتمركزة بالمدية، والمكلفة بالفنادق الحضرية؛
- شركة ألتور بتيبازة، والمكلفة بتسيير الوحدات الشاطئية والصحراوية؛
- الشركة الوطنية للدراسات السياحية، المتمركزة بمركب سيدي فرج.

وأظهرت هذه المؤسسات عجزاً كبيراً، وهذا راجع إلى عدة أسباب منها سوء التسيير و إرتفاع تكاليف الأجور المدفوعة، حيث إن حجم الأجور مثلا في سنة (1984) بلغ 40% من رقم أعمالها، وضعف إنتاجية العمال، حيث إنهم كانوا متمركزين خاصة في الإدارة بنسبة 84%، بالإضافة إلى التأهيل غير الكافي للعمال، حيث كان أكثر من 50% من المستخدمين لا يتوفرون على تأهيل.[2]

ثالثا: النتائج المحققة خلال الفترة (1980- 1989)

تميزت هذه الفترة، بفتح المجال أمام القطاع الخاص الوطني والأجنبي:

1 - **طاقات الإيواء السياحي**: بلغت طاقات الإيواء السياحي في الجزائر 48302 سرير في نهاية (1989) منها 25842 سرير تعود للقطاع العام ، والباقي للقطاع الخاص، موزعة على الأنواع المختلفة للسياحة كما يوضحها الجدول الموالي: **جدول رقم: 18**

توزيع طاقات الإيواء السياحي خلال الفترة 1980– 1989

الوحدة: سرير

القطاع المنتج	العمومي	الخاص	المجموع
شاطئي	12182	114	13327
صحراوي	3781	2250	6331
معدني	3588	1528	5116
مناخي	954	76	1030
حضري	5337	17161	22498
المجموع	25842	22460	48302

SOURCE: Bilan du Développement du Secteur Touristique , Ministère du Tourisme(1990)

1- Algérie Office National du Tourisme . voir le: http://www.ont-dz.org/

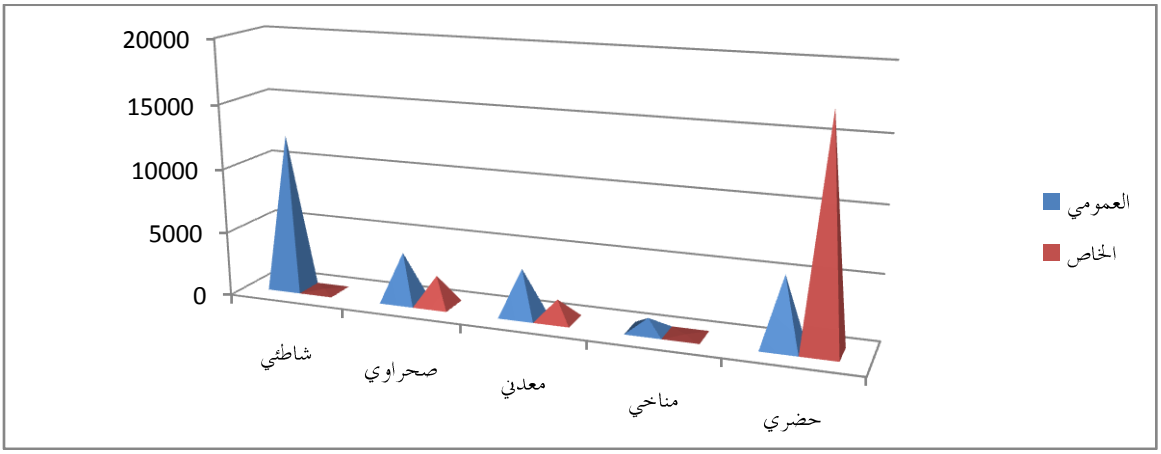
2 -Bilan du Développement du Secteur Touristique , Ministère du Tourisme(1990).

This is trial version
www.adultpdf.com

والشكل التالي يوضح عدد الأسرة حسب القطاع ونوع المنتج:

الشكل رقم: 19

عدد الأسرة حسب القطاع ونوع المنتج



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (18)

من خلال الجدول رقم: **18** يمكن القول أنه في نهاية (1989) كانت الجزائر تملك طاقة إيواء تقدر بـــ: 48302 سرير منها 25842 سرير للقطاع العام أي بمعدل قدره 53,5%، أما بالنسبة للقطاع الخاص تقدر طاقته بـــ: 22460 سرير أي بنسبة 46,57%.

كما نلاحظ أيضا أن الفنادق الحضرية ، وصلت تقريباً إلى نصف الطاقة الإجمالية أي بمعدل 57,46% (22498 سرير) ثم الشاطئية بنسبة 27,60% (13327 سرير)، بينما الفنادق المناخية فإن حصتها ضئيلة جداً، وتقدر بنسبة 2,13% (1030 سرير). ونفسر ذلك بالتركيز على نوع واحد من السياحة ألا وهو الشاطئية نظرا للإقبال المتزايد عليها داخليا وخارجيا.

2 - **الإيرادات السياحية**: عرفت الإيرادات السياحية في الجزائر تطوراً خلال الفترة (1985) إلى غاية (1989)، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

جدول رقم: 19

تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة: (1985-1989)

الوحدة: مليون دج

السنوات	1985	1986	1987	1988	1989
الإيرادات	460	489	487	502	720

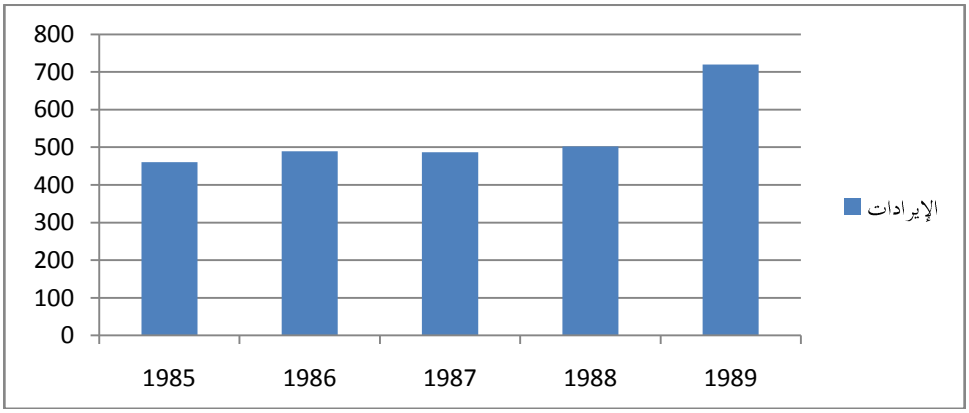
المصدر: كواش خالد، أطروحة دكتوراه، مرجع سبق ذكره، ص156.

This is trial version
www.adultpdf.com

والشكل التالي يبين بيانات الجدول رقم 19:

الشكل رقم: 20

تطور الإيرادات السياحية خلال المخطط الخماسي الثاني



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم (19)

إستنادا للجدول رقم: **(19)** نلاحظ أن إيرادات السياحية في تزايد منذ (1985) إلى نهاية (1989) لكن بالرغم من ذلك فهي لا تلبي الغرض المطلوب ، بحيث حسب المنظمة العالمية للسياحة ، حصة الجزائر في السوق العالمية لا تتعدى 1%.

3 - **التكوين والتشغيل:** في سنة (1989) بلغت نتائج التكوين السياحي 4554 متخرجاً من مختلف معاهد ومراكز التكوين السياحي، والجدول التالي يوضح توزيع المتخرجين حسب الإختصاص والمعاهد.

جدول رقم: 20

عدد الطلبة المكونين في المعاهد والمراكز السياحية خلال الفترة (1985-1989)

المؤسسات التكوينية	الطاقة الإيستيعابية	التخصصات	المجموع لكل تخصص	المجموع العام
المركز الوطني للتكوين السياحي بالجزائر .	80	فندقة سياحة	210 121	331
مركز التكوين الفندقي والسياحي بتيزي وزو.	320	الإستقبال المطعم المطبخ	380 529 339	1248
معهد الفندقة ببوسعادة.	320	الإستقبال المطعم المطبخ	365 539 521	1425
مركز التكوين الفندقي بقسنطينة.	80	الإستقبال المطعم المطبخ	223 312 141	676
مركز التكوين الفندقي بوهران.	80	الإستقبال المطعم المطبخ	170 315 399	874

المصدر: الدليل الاقتصادي والاجتماعي للجزائر، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، (1989)، ص349.

This is trial version
www.adultpdf.com

من خلال الجدول رقم: **20** يتبين أنه خلال الفترة الممتدة من (1980) إلى غاية (1989) تم تكوين وتأهيل أكثر من 4500 عامل، بمعدل 375 خلال كل سنة، ولكن رغم هذا بقي التكوين لا يتماشى مع حاجيات القطاع، من حيث النوع والعدد، أما بالنسبة لمناصب الشغل فهي موضحة حسب الجدول الآتي:

جدول رقم:21

تطور عمال القطاع السياحي خلال الفترة (1984-1989)

السنوات / أصناف العمال	1984	1985	1986	1987	1988	1989
الإطارات	634	445	343	542	654	587
عمال التنفيذ	8728	7205	7309	7204	7061	7413
المجموع	9362	7651	7652	7746	7715	8000

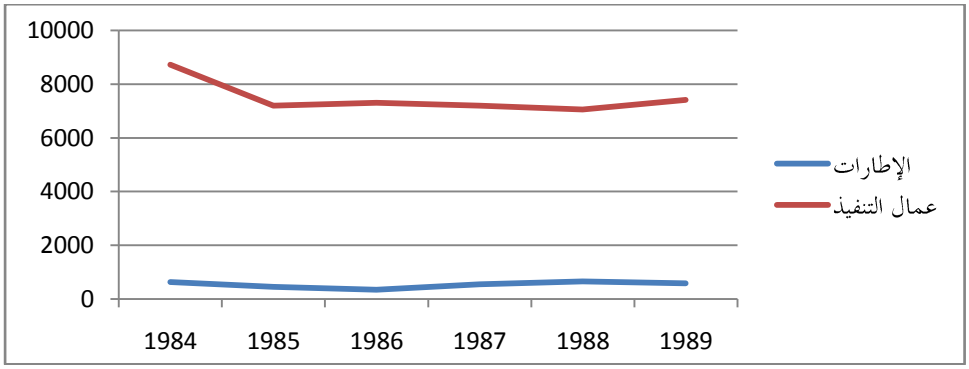
Source: Bilan du Développement du Secteur Touristique , Ministere du Tourisme(1990)

والشكل التالي يفسر بيانات الجدول أعلاه:

الشكل رقم: 21

تطور عمال القطاع السياحي حسب أصناف

العمال خلال المخطط الخماسي الثاني



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (21).

يوضح الجدول رقم: (21) أن عدد عمال القطاع السياحي ، عرف تطوراً بسيطاً، فقد بلغ 7651 منصب عمل سنة (1985)، و في سنة (1989) بلغ عدد مناصب العمل 8000 منصب عمل بزيادة قدرها 349 منصب شغل وهذا راجع لعدة أسباب، نذكر منها على وجه الخصوص ، مراجعة المخططات التنموية السابقة، التي لم تعطي الأولوية للقطاع السياحي.

وكنتيجة لما سبق، نجد أن القطاع السياحي ، كان مهمشاً و لم يكن قطاعاً إستراتيجياً تعتمد عليه الدولة في تنميتها الإقتصادية، ففي جميع المخططات التنموية كانت حصة السياحة من الإستثمارات الكلية ضئيلة، بالإضافة إلى أن السياسة المنتهجة لم تكن ناجعة، حيث كانت تهدف إلى تنمية القطاع للحصول على العملة الصعبة، وتوفير سوى مناصب العمل لكن حتى هذا لم يتحقق بشكل مرض.

This is trial version
www.adultpdf.com

المطلب الثالث: الفترة (1990- 2000)

شهدت هذه الفترة هي الأخرى تذبذباً ، وتدهوراً ملحوظاً، وذلك بسبب عدم الإستقرار السياسي وتدهور الأوضاع الأمنية، وساهم هذا الواقع في تردي صورة الجزائر السياحية بصورة كبيرة، داخليا وخارجيا، حيث إنخفض معدل الإرتفاع السنوي للسواح سنة (1991) بنسبة 70%، ونتيجة لذلك كانت النتائج المحققة كما هي مبينة في النقاط التالية:

أولا: التدفقات البشرية

عرف عدد السياح إنخفاضاً مستمراً منذ سنة (1990)، حيث سجل 359895 سائح ووصل سنة (1996) إلى 18000 سائح. فمنذ سنة (1992) بدأت التدفقات السياحية نحو الجزائر ، تنخفض بإستمرار وذلك راجع للأسباب الأمنية التي سادت تلك الحقبة من الزمن، و إستمر الحال على ما هو عليه حتى نهاية سنة (1996). إلا أنه ومع بداية سنة (1997) بدأت الجزائر تستعيد بعض ما ضيعته خلال السنوات الماضية نظراً لبداية تحسن الظروف الأمنية بها ، وعرف عدد السياح الوافدين إلى الجزائر تطورا ملحوظا، إذ بلغ عددهم نحو 865994 سائح سنة (2000)، ولكن تبقى ضئيلة بالنسبة للدول المجاورة، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم: 22

مقارنة عدد السياح الوافدين

إلى دول تونس والمغرب والجزائر للفترة (1997-2000)

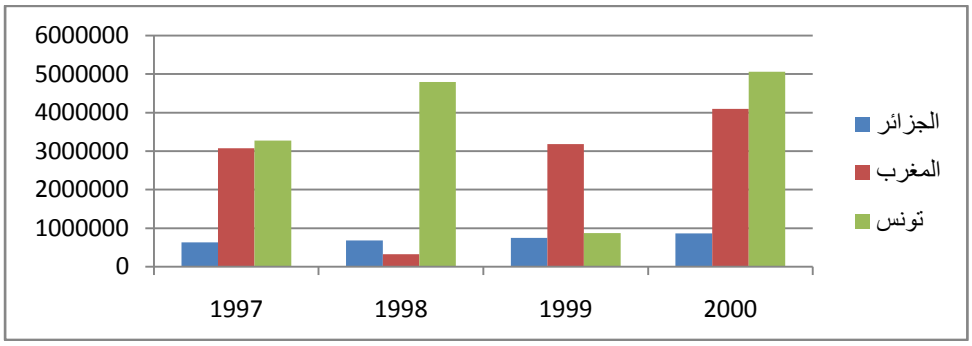
السنة	الجزائر	المغرب	تونس
1997	634752	3071668	3271623
1998	678448	322737	4795201
1999	748536	3184014	874126
2000	865984	4100000	5057000

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية (2001)

و الشكل التالي يبين مقارنة عدد السياح الوافدين إلى تونس والمغرب، والجزائر للفترة (1997-2000):

الشكل رقم: 22

مقارنة عدد السياح الوافدين إلى تونس والمغرب، والجزائر للفترة (1997-2000)



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (22)

This is trial version
www.adultpdf.com

من خلال الجدول رقم: **(22)** نلاحظ مدى تأخر القطاع السياحي الجزائري، عن الركب السياحي المغاربي، ولا نقول العربي أو الدولي، ففي حين بلغ عدد السواح في المغرب أكثر من أربعة ملايين سائح وفي تونس فاق خمسة ملايين سائح سنة (2000)، نجده في الجزائر لم يتعدّ 900 ألف سائح في نفس السنة هذا ما إستدعى إعادة النظر في إستراتيجية التنمية السياحية الجزائرية، وإعطاء القطاع أولوية أكثر في المخططات التنموية.

ثانيا: التدفقات النقدية

بإعتبار التدفقات النقدية تساعد في مداخيل الأفراد ، نجد أن هناك تزامناً في تدني مستويات التدفقات البشرية مع تدني مستويات التدفقات النقدية، والجدول الموالي يوضح ذلك.

جدول رقم: 23

المداخيل بالعملة الصعبة لقطاع السياحة خلال (1990-2000)

الوحدة: مليون دولار

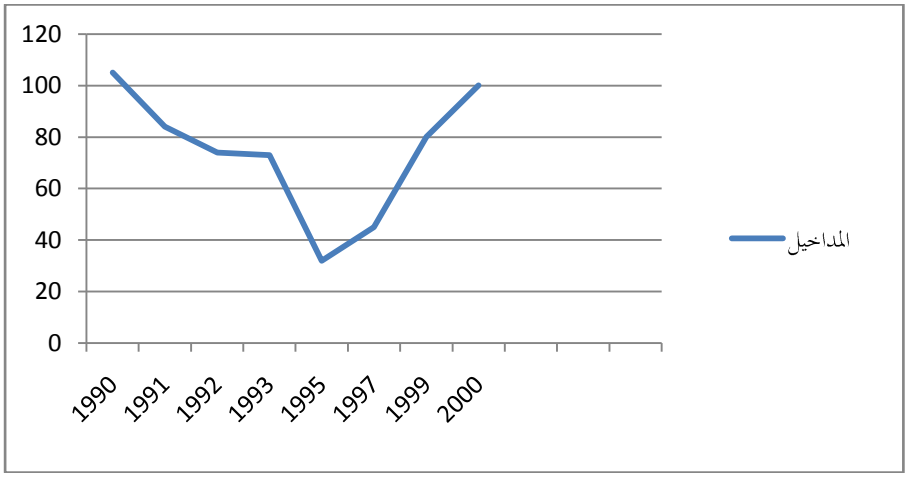
السنوات	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
المداخيل	105	84	74	73	49	32	28	45	74	80	100

Source: Office National des Statistiques http: www.ons.dz/-Tourisme-.html

والشكل يوضح المداخيل بالعملة الصعبة لقطاع السياحة خلال (1990-2000):

الشكل رقم: 23

المداخيل بالعملة الصعبة لقطاع السياحة خلال (1990- 2000)



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على البيانات الجدول رقم: (23)

يبين الجدول رقم: (23) مدى ضعف، و إنخفاض مداخيل الاقتصاد الجزائري من السياحة، إذ إنّها كانت تقدر بـــ: 105 مليون دولار سنة (1990) ثم بدأت في الإنخفاض لتصل أدنى المستويات في سنة (1996) ثم عادت لترتفع شيئا فشيئا حتى تصل إلى ما قدره 100 مليون دولار في سنة (2000)، وذلك راجع لنفس الأسباب التي تعرضت لها التدفقات البشرية، والمتمثلة في الوضع الأمني والسياسي المتدهور.

This is trial version
www.adultpdf.com

وعند مقارنة هذه التدفقات النقدية في الجزائر، مع التدفقات النقدية للدول المجاورة ، يتضح مدى الهوة الكبيرة بينها، بالرغم من أن الجزائر تمتلك مؤهلات ، وإمكانيات لا تتواجد في الدول المجاورة ، فتونس مثلا: بلغت إيراداتها السياحية سنة (1999) حوالي 1,151 مليار دولار، أما المغرب فبلغت إيراداتها السياحية لسنة (1998) ما يقارب 1,6 مليار دولار.[1]

ثالثا: قدرات الإستقبال

لم تحض هياكل الإستقبال هي الأخرى بالتطور والنمو، رغم التنظيم القانوني للإستثمار ، وتشجيع القطاع الخاص على ذلك بمنحه تسهيلات و إمتيازات عديدة، كذلك تبقى طاقات الإيواء ضعيفة إذا ما قورنت مع البلدان المجاورة، وفيما يلي جدول يوضح توزيع طاقات الإيواء على الفنادق حسب الدرجة التي ينتمي إليها.

جدول رقم: 24

توزيع طاقات الإيواء حسب الدرجة سنة (2000)

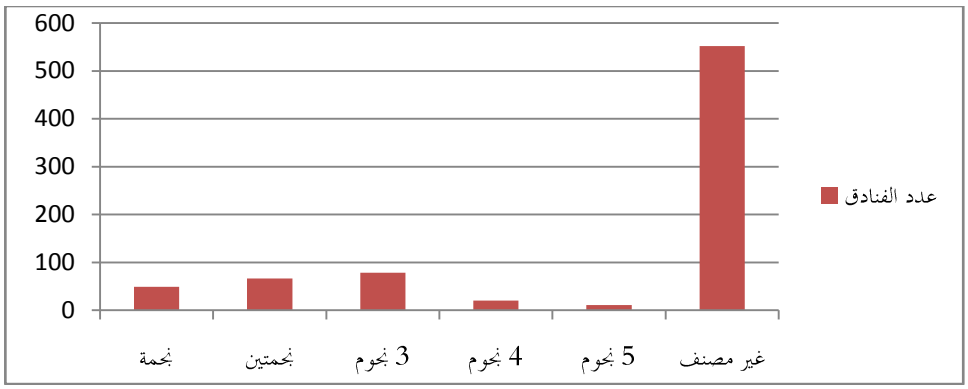
الدرجة	عدد الفنادق	النسبة المئوية	عدد الأسرة	النسبة المئوية
نجمة	49	06	2541	04
نجمتين	66	09	5519	08
3 نجوم	78	10	21310	32
4 نجوم	20	03	3222	05
5 نجوم	11	01	4604	07
غير مصنف	552	71	29891	44
المجموع	776	100	67087	100

Source: Office National des Statistiques http: www.ons.dz/-Tourisme-.html

والشكل يوضح توزيع طاقات الإيواء حسب الدرجة لسنة (2000):

الشكل رقم: 24

توزيع عدد الفنادق حسب درجة التصنيف سنة (2000)



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الجدول أعلاه.

1 – Conseil National Economique et Social: Rapport sur « la Configuration du Foncier en Algérie :une Contrainte au Développement Economique ، Alger،2004،p45.

This is trial version
www.adultpdf.com

من خلال الجدول رقم : **(24)** يتبين أن عدد الفنادق تطور بشكل ملحوظ، و كذلك طاقات الإستيعاب صارت تُقدر بنحو: 67087 سرير، إلا أن عدد قليل منها فقط يستجيب للمعايير الدولية ، بحيث قدرت الفنادق المصنفة بخمسة نجوم بحوالي : 4604 سرير أي بنسبة 7% فقط.

وتتوزع طاقات الإيواء بنسب مختلفة بحسب المنتج السياحي، كما هو موضح في الجدول الموالي:

جدول رقم: 25

توزيع طاقات الإيواء حسب المنتج السياحي

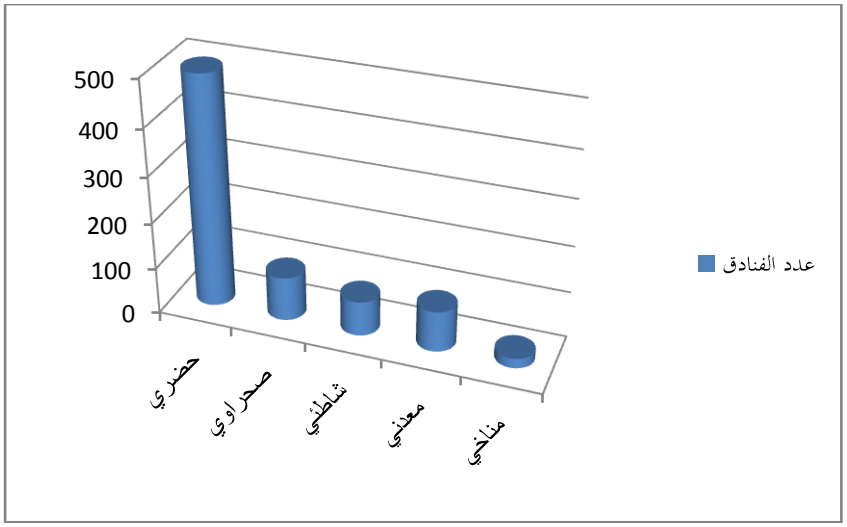
نوع المنتج	عدد الفنادق	النسبة المئوية	عدد الأسرة	النسبة المئوية
حضري	497	64	31506	47
صحراوي	95	12	7679	11
شاطئي	75	10	12723	30
معدني	88	11	6335	09
مناخي	21	03	1844	03
المجموع	776	100	60087	100

Source: Office National des Statistiques http: www.ons.dz/-Tourisme-.html

والشكل يوضح توزيع طاقات الإيواء حسب المنتج السياحي:

الشكل رقم: 25

توزيع عدد الفنادق حسب نوع المنتج السياحي



المصدر :من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الجدول أعلاه

يوضح الجدول رقم: **(25)** بأن تمركز الفنادق في المنتج الحضري بنسبة 64%، بينما تبقى السياحة الصحراوية لا تحضى بالإهتمام الكبير، حيث سجل بها 95 فندقا بطاقة إيواء تقدر بـــ 7679 سرير وتعرف المنطقة الأكثر جلبا للسياح في الصحراء ، مدينة تمنراست نقصا في طاقات الإستقبال، حيث تتوفر على 06 فنادق بطاقة إيواء تقدر بـــ: 650 سرير فقط.

This is trial version
www.adultpdf.com

رابعا: التشغيل والتكوين

بلغ عدد عمال القطاع السياحي في سنة (2000) حوالي 12541 عاملاً والجدول الموالي ، يوضح التطور الذي عرفه ميدان التشغيل في قطاع السياحة.

جدول رقم: 26

تطور عدد عمال القطاع السياحي العمومي (1990- 1999)

الوحدة عامل

السنوات	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000
العدد	10897	7723	8522	10807	11437	12067	12541

Source:Bilan du Développement du Secteur Touristique , Ministèr du Tourisme(2000)

من خلال الجدول رقم : **(26)** نلاحظ أن عدد عمال القطاع السياحي العمومي ، شهد تزايداً إلى غاية سنة (1990)، بعدها أصبح العدد يتناقص ، إلى أن بلغ في سنة (1996) حوالي : 8522 عاملاً فقط. ويرجع السبب إلى حل وخوصصة بعض المؤسسات السياحية العمومية، ثم عاد ليعرف العدد تزايدا خلال سنتي (1998) و (1999) بنسبة تزايد تقدر بـــ: 05,5%.

وكمقارنة بالدول المجاورة ، فقد بلغ عدد مناصب العمل في تونس في سنة (1999) 620000 منصب عمل، أما في المغرب فقد بلغ 345512 عاملاً. والجدول التالي يوضح هذا الفرق:

جدول رقم: 27

عدد العمال في القطاع السياحي

لسنة (1999) لكل من المغرب وتونس والجزائر

البلد	عدد العمال
الجزائر	**12067**
المغرب	**345512**
تونس	**620000**

المصدر: وزارة السياحة إحصائيات 2000

من خلال الجدول رقم : **(27)** يتضح أن القطاع السياحي الجزائري ، يعاني نقصاً في عدد العمال مقارنة بالمغرب وتونس، وهذا راجع لضعف أداء القطاع السياحي الجزائري، الذي لم يحقق ما وصلت إليه البلدان المجاورة.

هذا فيما يخص العمالة، أما فيما يخص التكوين، فالجزائر أصبحت تعي ضرورة الإعتماد على الإستثمار في مجال التكوين في قطاع السياحة، وأن قطاع السياحة بالجزائر وصل إلى مرحلة تتجاوز إنشاء الهياكل والمؤسسات السياحية، وأصبح من الضروري الإنتقال إلى مرحلة تكوين العامل البشري لتسيير تلك المؤسسات.

This is trial version
www.adultpdf.com

لهذا، نجد أنها إعتمدت عدة فروع بمراكز التكوين، وإنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة، والتي تَمَّ إنشاءها بالأمر رقم: 76-76 المؤرخ 27 مارس (1976) والمرسوم التنفيذي المعدل رقم: 98-104 في 31 مارس (1998) تحت إشراف مزدوج من وزارة التعليم العالي ووزارة السياحة.[1]

المطلب الرابع: الفترة (2000- 2004)

في هذه الفترة، تُظهر المؤشرات المختلفة للقطاع السياحي ، تحسنا ملحوظا منذ سنة (2000) وذلك بعد تحسن الظروف السياسية والأمنية.

أولا: التدفقات السياحية

إن زيادة التدفقات البشرية يعني زيادة الدخل بالعملة الصعبة، وهذا ما تحتاجه الدولة لتحقيق التنمية الإقتصادية. ولهذا سنوضح التطور في التدفقات البشرية والنقدية خلال هذه الحقبة.

1 -**التدفقات البشرية:** يمثل مؤشر التدفقات البشرية، مؤشراً هاماً في توضيح الحركة السياحية في الجزائر ففي سنة (2004) بلغ عدد الوافدين 1233891 سائح بحيث قدر عدد السواح الأجانب بـــ: 368662 سائح وعدد السواح الجزائريون المقيمين في الخارج بـــ: 865157 [2]. والجدول التالي يوضح حركة الوافدين الأجانب والجزائريون المقيمين في الخارج ما بين سنة (2004/2000).

جدول رقم: 28

تدفقات السواح ما بين سنة (2004/2000)

السنوات / السواح	2000	2001	2002	2003	2004
الأجانب	175538	196229	251145	304914	368662
الجزائريون المقيمين في الخارج	690446	705217	74855	861373	865157
المجموع	865984	901446	326000	1166287	1233891

Source : **République d'Algérie** ministère du tourisme, La politique de développent du secteur du tourisme en Algérie , mars 2006 ,p8

يبين الجدول رقم: **(28)** أن متوسط زيادة دخول السياح إلى الجزائر في كل سنة ، تقدر بنسبة 10,7% ونلاحظ أن أغلبية الوافدين إلى الجزائر هم جزائريون مقيمون في الخارج.

وهذا راجع لتبني الجزائر سياسة تنموية، تهدف إلى بعث السياحة وخاصة بعد عام (2000) حيث بدأ الوضع يتغير. فقد إرتفع عدد السياح الأجانب في الجزائر بـ 4,09 % بالنسبة لسنة (2000) حيث قدر بـــ :175538 سائحا. كما قدر عدد السواح الأجانب في (2001) بـــ: 196229 سائحاً.

1 - L'Ecole Nationale Supérieure du Tourisme. voir le: http://www.enst-algerie.com/index.php?option=com

2 – **République d'Algérie** ministère du tourisme ,Op.cit,p8.

This is trial version
www.adultpdf.com

أما بالنسبة إلى سنة (2003)، قد سجلت قدوم أكثر من مليون و 166 ألف سائح، وهو عدد يفوق بنسبة 15% عدد السواح الذين قدموا إلى الجزائر سنة (2002)، التي شهدت دخول 998 ألف سائح وبالنسبة للمداخيل بالعملة الصعبة سنة (2002)، كانت قد سجلت بدورها نسبة إرتفاع بلغت 33,7% مقارنة بمداخيل (2001) التي بلغت قيمتها 95,5 مليون دولار.

وحقق توافد السياح سنة (2003) دخول160 مليون دولار بزيادة 17% مقارنة بمداخيل (2002) التي قدرت بـ 133 مليون دولار للخزينة الجزائرية.

لكي نستطيع الحكم على أهمية السياحة في الجزائر ، وتوافد السواح إليها ، من المفيد مقارنتها بالدول المجاورة، ونأخذ سنة (2004) كمرجع لمقارنة التدفقات، مع التدفقات الحاصلة في الدول المجاورة من خلال الجدول التالي :

جدول رقم: 29

مقارنة دخول السياح إلى دول المغرب العربي خلال سنة (2004)

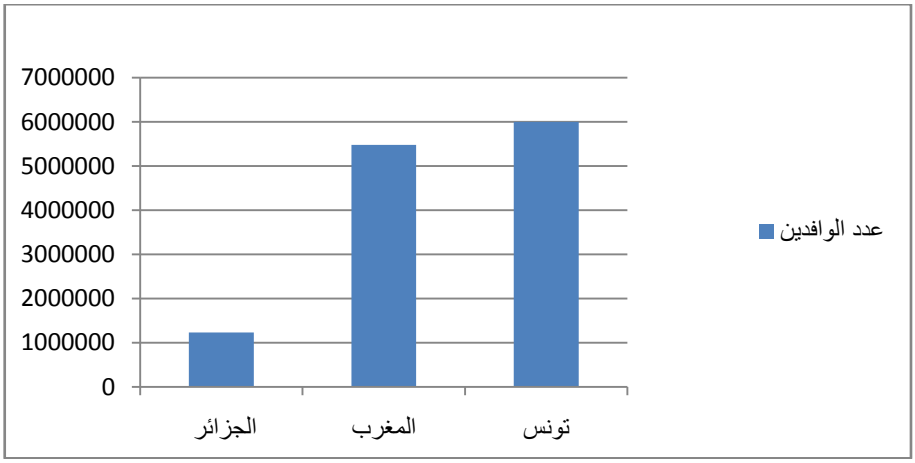
اسم الدولة	الجزائر	المغرب	تونس
عدد السواح	1233891	5477000	5998000

المصدر: إحصائيات البنك الدولي، السياحة الدولية، عدد الوافدين
http://data.albankaldawli.org/country/australia

و الشكل التالي يفسر بيانات الجدول أعلاه:

الشكل رقم: 26

مقارنة دخول السياح إلى دول المغرب العربي خلال سنة (2004)



المصدر :من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم: (29)

من خلال الجدول رقم : **(29)** يتضح أن الجزائر لازالت لم تصل إلى مستوى التدفقات السياحية مقارنة بالدول الأخرى من المغرب العربي ، والتي يشهد قطاع السياحة بها تطوراً كبيراً، حيث لم تبلغ حتى مستوى المليونين سائح ، في حين حققت تونس رقماً قياسياً ، بإستقبالها لنحو ستة ملايين سائح سنة

This is trial version
www.adultpdf.com

(2004)، وإرتفع عدد الليالي السياحية ، خلال هذه الفترة بنسبة 13,8%، مقارنة بنفس الفترة من سنة (2003)، والمغرب أكثر من خمس ملاين سائح، خلال نفس الفترة من سنة (2004).

2 –**التدفقات النقدية:** وفقا لتطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر، عرفت التدفقات النقدية هي الأخرى تطوراً ملوحوظاً وهذا ما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم: 30

ميزان مدفوعات « عمليات الأسفار والخدمات »

الوحدة: مليون دولار

السنوات		2001	2002	2003
خدمات	إيرادات	914	1.311,4	854,8
	نفقات	2.741	2.697,7	17.151
	رصيد	1.827–	1.386,7–	860,3–
أسفار	إيرادات	100	111	112,0
	نفقات	194	248	355
	رصيد	94–	137–	143,0

Source: Office National des Statistiques
http://www.ons.dz/-Tourisme-.html

يظهر الجدول رقم: **(30)** أن المداخيل السياحية عرفت تطوراً، إلا أن الميزان السياحي يعاني دائمًا من العجز، وذلك راجع إلى ضخامة النفقات ، مقارنة بالإيرادات المتواضعة ، وعند مقارنتها بالإيرادات السياحية للدول المجاورة أو دول البحر الأبيض المتوسط ، نلاحظ أنها من أضعف النسب إذ أن معظم الإيرادات للدول الأخرى تصل إلى الملايير ، فمثلا وصلت الإيردات السياحية في المملكة المغربية في نفس الفترة حوالي: 3,802 مليون دولار.[1]

3 –**طاقات الإيواء:** إنَّ الإهتمام بالقطاع السياحي يتضح من خلال مؤشر طاقات الإيواء من حيث الإستثمارات في هذا القطاع ، والجزائر في هذه الفترة تتوفر على 1042فندق، بطاقة إستيعاب تقدر بـ 82034 سرير.

تميزت هذه الفترة بالإهتمام بالإستثمار السياحي ، ومنحه حوافز وتسهيلات عديدة تساعد على تنميته من أجل رفع طاقات الإيواء من خلاله، إلا أنه يعاني من مشاكل عديدة جعلته لا يؤدي الدور المنوط به، فرغم أن طاقات الإيواء عرفت تطوراً مقارنة بالفترات السابقة ، إلا أنها تبقى قليلة ولا تلبي الطلب السياحي.

1– البنك الدولي للإنشاء و التعمير، متوفر على الموقع: http://go.worldbank.org/N17C51QV80

This is trial version
www.adultpdf.com

والجدول التالي يوضح توزيع طاقات الإيواء على حسب الدرجة:

جدول رقم: 31

توزيع الفنادق حسب الأصناف

خلال الفترة (2003-2001).

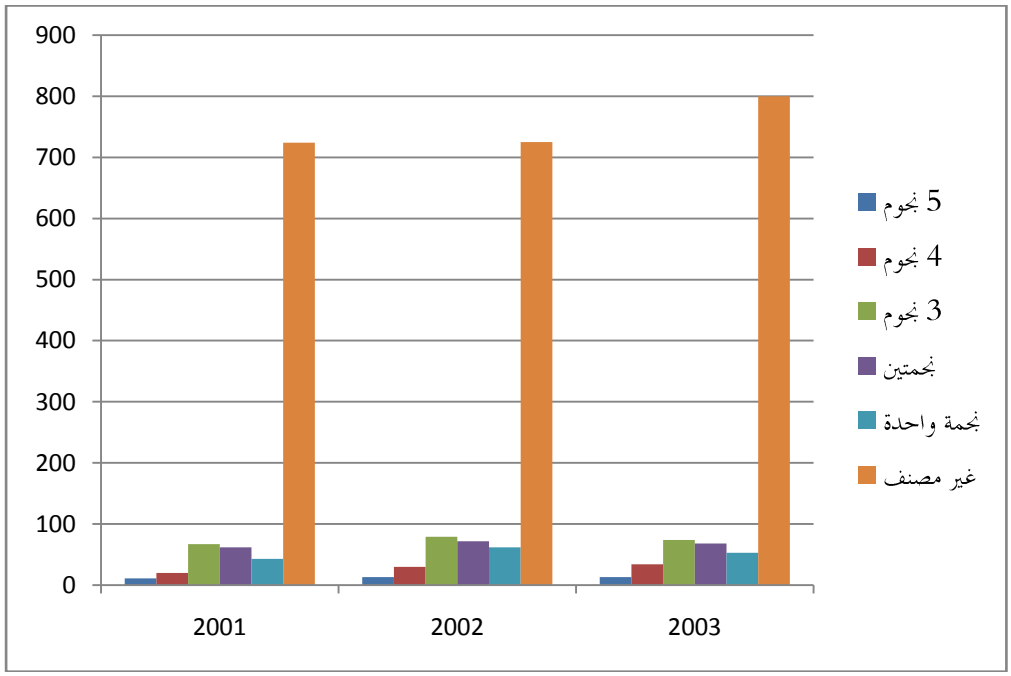
السنوات / الدرجة	2001	2002	2003
5 نجوم	11	13	13
4 نجوم	20	30	34
3 نجوم	67	79	74
نجمتين	62	72	68
نجمة واحدة	43	62	53
غير مصنف	724	725	800
المجموع	927	981	1042

Source: Ministère de L'aménagement Du Territoire
De L'environnement Et tourisme Juin 2007

والشكل توزيع الفنادق حسب الأصناف خلال الفترة (2001-2003):

الشكل رقم: 27

توزيع الفنادق والمؤسسات حسب درجة التصنيف



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم: (31)

This is trial version
www.adultpdf.com

إستناداً للجدول رقم : **(31)** نلاحظ أن عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة ، عرف تزايد ملحوظ لكنه غير كافي، والملاحظ أن عدد المشاريع التي تمثل الدرجة الأولى قليلة جدا، حيث بلغ عددها 13 مؤسسة فقط، وأكبر عدد سجلته الفئة الغير مصنفة بحوالي 800 مؤسسة سنة (2003).

جدول رقم: 32

توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب الفئة

الوحدة: سرير

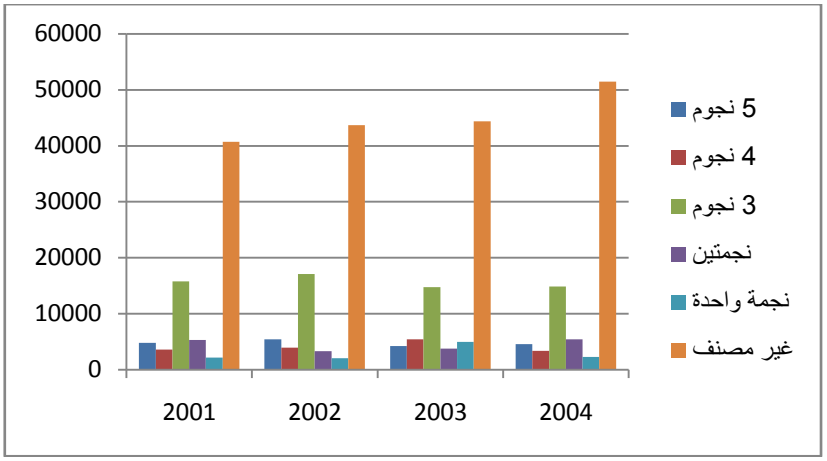
السنوات / الفئة	2001	2002	2003	2004
5 نجوم	4832	5409	4212	**4590**
4 نجوم	3621	3975	5424	**3383**
3 نجوم	15808	17100	14740	**14857**
نجمتين	5331	3338	3757	**5415**
نجمة واحدة	2165	2033	4959	**2315**
غير مصنف	40728	43703	44381	**51474**
المجموع	72485	75558	77473	**82034**

Source: Office National des Statistiques
http://www.ons.dz/-Tourisme-.html

والشكل التالي يبين توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب الفئة:

شكل رقم: 28

توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب الفئة



المصدر :من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم: (32)

يتضح من خلال الجدول رقم: **(32)** أن عدد الأسرة إزداد بنسبة قليلة، ومعظم طاقات الإيواء تتركز في الفئة غير المصنفة، والملاحظ أيضا أن المؤسسات والفنادق من الدرجة الثالثة ، تمثل نسبة لا بأس بها من طاقة الإيواء.

This is trial version
www.adultpdf.com

من ما سبق ذكره ، نستنتج أن السياحة منذ عام (2000)، شهدت إنتعاشاً ملحوظاً، خاصة بعد الإستقرار السياسي والأمني، وبدأت تحصل على إهتمام خاص من قبل السلطات العمومية، نظراً لدورها الفعال في تحقيق عملية التنمية المستدامة والشاملة.

ويظهر هذا الإهتمام بتبني إستراتيجية تنموية طويلة المدى ، تهدف إلى رفع طاقات الإيواء السياحي وتحسين نوعية الخدمات ، والترويج للمنتج السياحي الجزائري ، وتحسين صورة الجزائر وجعلها وجهة سياحية. ويتم ذلك عن طريق إعتماد متطلبات، وإجراءات التنمية المستدامة للسياحة ، والتي تستمد من الميثاق الوطني للسياحة كالتالي : [1]

- تطبيق برامج الترقية والإتصال المؤسساتية على المستوى الداخلي، على وفود جهوية للمؤسسة العمومية المكلفة بالترقية ، وعلى الممثليات السياحية التي ينبغي فتحها على مستوى أهم الدول المصدرة للسياحة؛
- إدماج الحركة الجمعوية من خلال الدواوين المحلية للسياحة ، بصفة وطيدة فيما يخص تصور البرامج الترقوية وتنفيذها. تقدم السلطات العمومية دعمها للحركة الجمعوية ، والمنظمات المهنية لا سيما في إطار النشاطات الترقوية المتعلقة بإعادة الإعتبار للأعياد المحلية والتقليدية، وكذا التراث الثقافي؛
- تشجع السلطات العمومية ومنح إمتيازات، وشهادات شرفية وتقديرية للمؤسسات ، والمهنيين المحترفين في القطاع السياحي.

سياسة التنمية الإقتصادية المطبقة من قبل السلطات العمومية ، منذ إستقلال الجزائر سنة (1962) والتي ترمي إلى تحسين الظروف الإجتماعية ، والإقتصادية للسكان قد قطعت أشواطا معتبرة ، غير أنه تبقى هناك تحديات يجب رفعها . و قد مكنت البرامج التنموية التي أطلقتها الجزائر منذ 50 سنة، من تحقيق قفزة نوعية في مجال التنمية الإقتصادية، والإجتماعية.

إلا أنها، وإن كانت قد تمكنت منذ ذلك الحين من بلوغ مجموعة من الأهداف التي جرى تسطيرها بفضل إرتفاع أسعار البترول، وإنخفاض النمو الطبيعي في عدد السكان ، تظل هناك العديد من المسائل التي يجب الإلتفات إليها والقيام بها[2].

1- الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، **مشروع أولي لميثاق السياحة**، جانفي، (2002) ،ص5.

2- البوابة الرسمية لخمسينية إستقلال الجزائر متوفر على الموقع: http://www.djazair50.dz LE 23/11/2013.

This is trial version
www.adultpdf.com

المبحث الثاني: واقع السوق السياحي في الجزائر.

رغم أهمية قطاع السياحة، وفرص نجاحه الكبيرة، إلا أنه ما زال قطاعاً فتياً، لم يستفد منه الإقتصاد الجزائري، ووفقاً لما يمتلكه من مقومات ، حيث تمثل نسبة إسهامه في الناتج المحلي الإجمالي متدنية حوالي2%، كما أن حجم ما يستوعبه من القو ى العاملة منخفض، وتسعى الجزائر لتحقيق تطور فعال في هذا القطاع من خلال خططها المختلفة التي تتجه لتوفير البيئة الإستثمارية الملائمة لنمو هذا القطاع ، وتنفيذ برامج التنمية السياحية وزيادة حجم أنشطته .

المطلب الأول: أهم المنتجات السياحية في الجزائر.

يمكننا تصنيف المنتجات السياحية في الجزائر كما يلي: [1]

أولا: السياحة الساحلية

خلال موسم الاصطياف يُعدُّ مقصد البحر، هو المهيمن على إختيار المواطنين، وأفراد الجالية المقيمة في الخارج، وذلك قد يؤهل السياحة الشاطئية لأن تكون مُوجهًا لتنمية السياحة ، سواء الوطنية أو الدولية. وهي سياحة صيفية معروفة منذ القدم، ووجود البحر هو شرط أساسي لقيامها ، ولكن ذلك يحتاج إلى تهيئة خاصة للشواطئ وترقية واسعة للنشاطات المتعلقة بالسياحة الشاطئية،[2] مثل: الإيواء والفندقة ، والمطاعم والنقل، وكذلك ضرورة وجود دراسة دقيقة للسوق والشرائح المستهدفة. وتوفير الفنادق ذات المواصفات الدولية والإطارات، والوكالات السياحية ذات القدرات على جلب السياح الأجانب ، وتتموقع السياحة البحرية على إمتداد 1200 كلم، و تعمل الجزائر اليوم على تطوير السياحة الشاطئية ، بإعتبارها ركيزة أساسية داخل قطاع السياحة الجزائري ومورد يذر أموالا كبيرة على القطاع، حيث قامت بسن وتعديل مختلف القوانين والتشريعات لتنظيم هذا القطاع ، والبحث عن سبل تنظيمه، كما أنّها لم تهمل البيئة فهي تراهن كذلك على كيفية حمايتها وسبل المحافظة عليها.

ثانيا: السياحة الجبلية

تحتوي المناطق الجبلية على ثروات سياحية هامة، مثل المناظر الطبيعية الخلابة، والمغارات، والكهوف وأصبحت النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تنعدم وتقتصر فقط على التزحلق على الثلج في منطقة تيكجدة (ولاية البويرة)، وتلاغيلف (ولاية تيزي وزو) والشريعة (ولاية البليدة) ، وهذا التقزيم للسياحة الجبلية راجع لسببين أساسيين: أولهما يتمثل في الواقع المناخي في الجزائر حيث أن كميات الثلوج المتساقطة محدودة جدا مما يجعل إستغلالها ظرفياً، ومن ثم أصبح لزاما علينا أن نركز على المعالم الدائمة ، وثانيهما أنه من الخطأ حصر السياحة الجبلية في التزحلق فقط فهناك كهوف ومغارات طبيعية تمتد على مسافات طويلة، لا نعرف عنها شيئا بالرغم من إستفادة أجدادنا القدامى منها ، و إستغلالها المكثف من طرف مجاهدي الثورة

1- الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، تقرير بعنوان **سياسة تنمية قطاع السياحة**، مارس، (2006)، ص18.

2- لعمى أحمد، **التسويق في مجال الخدمات السياحة**، الأيام الدراسية حول التسويق، وإتفاقات الشراكة، المركز الجامعي بشار، (2002) ص29.

This is trial version
www.adultpdf.com

التحريرية. و لا تحتاج السياحة الجبلية إلى إستثمارات ضخمة وهياكل مكلفة، مثلما هو الحال للسياحة الساحلية، وإنما يكفي أن تحدد المواقع التي لها جاذبيتها للسياح بالإعتماد على الإشهار وتقديم الأشرطة حول هذه المواقع وضمان سلامة السياح.[1]

ثالثا: السياحة الصحراوية

لقد كانت ولا تزال البيئة الصحراوية بتقاليدها ، وآثارها ومناظرها الطبيعية الخلابة تجلب السواح الأجانب. فالسياحة الصحراوية[2] لا تتطلب تجهيزات عقارية هامة، حيث أن السياح يفضلون الخيام والحياة التقليدية، ولكن تنمية هذا النوع من السياحة يحتاج إلى مؤسسات تكون على دراية بواقع الصحراء والواحات.كما أن إستئناف التدفقات السياحية في الجنوب بدءا من سنة (1999)، ونموها المتواصل، ينبئ بمستقبل زاهر للسياحة الصحراوية. [3] هذا، وتشتهر صحراء الجزائر بحيوانات قلما تجدها في أمكان أخرى كالظبي والغزال والفنك. كماتزخر بواحات من أجمل الواحات في العالم.[4]

رابعا: السياحة الثقافية

تظل السياحة الثقافية هي المقوم السياحي غير المتكرر ، أو المتشابه أو القابل للمنافسة. غالبا ما يكون الدافع الأساسي للسياحة هو الثقافة، من زيارة للمواقع الأثرية والمعالم التاريخية والمتاحف والتعرف على الصناعات التقليدية أو أي شكل من أشكال التعبير الفني ، وكذا الحضور في بعض الفعاليات الثقافية مثل المعارض أو المهرجانات. وتعد الجزائر واحدة من البلدان الغنية بموروثها الثقافي ، فهي متحف للتراث هذا الأخير الذي يستوجب إستثماره بطريقة مثلى، علما أن السياحة الآن وفي معظم دول العالم أصبحت تتجه أكثر فأكثر إلى الخصوصية الثقافية، ومن هذا المنطلق ، تبنت العديد من الحكومات في جميع أنحاء العالم السياحة الثقافية كأحد أهم عناصر السياسات العالمية، وأصبحت تمثل حوالي 37% من إجمال سوق السياحة الدولية أي ما يوازي ثلث إجمال النشاط السياحي العالمي، علما أن هذه السياحة تنمو بمعدل 15% عبر دول العالم. فإن الجزائر لها مستقبل زاهر من خلال هذا المنتج ، فهي تتوفر على ثروة من الآثار والمناطق والبنايات الأثرية والمتاحف.

1- لعمى أحمد، **مرجع سابق**، ص29.

2- تعتبر الصحراء الجزائرية ثاني أكبر صحراء في العالم، لأنها تغطي مساحة 84 % من المساحة الإجمالية للجزائر. وتعتبر الصحراء القبلة الأولى للسياح الأجانب ، لما لها من جمال أخاذ وروعة الجبال، والسكون الذي يأسرك فيها وهي مشهورة بحظيرتي الهقار وطاسيلي ناجّر التي تشتهران بروسومات تبين تاريخها القديم الذي يصل إلى العصر الحجري وجبالها البركانية التي تسلب العيون كما تتصف الاهقار بأنها تملك أجمل شروق وغروب للشمس في العالم بأسره حسب المنظمة العالمية اليونيسكو . وتشتهر قبائل الصحراء كذلك بمدينة المزابيين وهي غرداية التي تزخر بثقافة التحضر والتاريخ رغم وعورة منطقة عيشهم والتي حولوا صحراء جرداء إلى واحة من أكبر الواحات في الجزائر. انظر : المنظمة العالمية اليونيسكو على موقع: http://www.unesco.org/new/ar

3- وزارة السياحة، **المرجع السابق**، ص- ص16-17.

4- أشهر الواحات توجد في غرداية، تيميمون وبني عباس بولاية بشار (جنوب غرب الجزائر).

This is trial version
www.adultpdf.com

إن تنوع هذه المنتجات ، التي كانت محظوظة بالبقاء على حالتها الطبيعية ، حيث نجت من التدهور المختلف الأشكال ، مما يساعد غلى الترويج لها.وعلى هذا الأساس، في بحاجة إلى إجراءات وتدابير تهتم بالآثار، والتاريخ والثقافة الجزائرية. ويهدف هذا النوع من السياحة إلى زيادة المعرفة الثقافية لدى السائح فمن خلال الرحلات التي يقوم بها سيتمكن من معرفة المناطق ، والدول غير المعروفة لديه، وبالأخص التعرف على المواقع الأثرية وتاريخ الشعوب ، والحضارات، وتكون الزيارة فيها للمناطق الأثرية المشهورة بآثارها القديمة من مختلف الحضارات، ويهدف السائح من خلالها إلى تنمية معارفه الثقافية. [1]

خامسا: السياحة العلاجية

يمارس هذا النوع من السياحة بهدف العلاج والتخفيف من الآلام، والأوجاع، وهناك عدة وسائل طبيعية تستخدم في العلاج (الاستلقاء على الرمال بجانب المياه في البحر، المناطق الجبلية أو القرب من البحار والعلاج عن طريق الدفن في الرمال الصحراوية ، والينابيع المعدنية)، تتوفر الجزائر على عدة حمامات معدنية إستشفائية تبلغ 200 حمام معدني ذو أهمية محلية ، و55 حماما ذا أهمية جهوية ، و11 حماما ذات أهمية وطنية إلا أن عدد المنشآت التي تستغل المياه الجوفية الحموية ، ومياه البحر للعلاج وللإستجمام يبقى جد محدود بالإضافة إلى كونها قديمة ، فإن هذا النوع من السياحة المتسم بإقبال العائلات الجزائرية عليه، يساهم في تحسين صحة المواطن وتقليص نفقات الصحة العمومية. [2]

سادسا: سياحة الأعمال والمؤتمرات

يُعدُّ هذا النوع من السياحة محفزاً لتنمية الأشكال السياحية الأخرى، والذي هو في توسع مستمر على المستوى الدولي، ويمثل حصة معتبرة من إيرادات البلدان المستقبلة للسواح، وهو مدعو لأن يتطور في بلدان أخرى، بالنظر لكثافة النشاطات الإقتصادية، والإجتماعية من جهة، وكثافة المبادلات، والعلاقات مع الخارج الناجمة عن الإنفتاح الإقتصادي من جهة أخرى.

سابعا: السياحة الرياضية الترفيهية والإستجمامية

يشكل هذا النوع من السياحة ، دعامة لتطوير النشاطات الموجهة للشباب الولوعين بالمبادلات والنشاطات الرياضية، والترفيهية بوجه خاص، بالإضافة إلى السواح الباحثين عن الترفيه، والإستجمام.

إن الأمر يتعلق أساسا بالنشاطات المرتبطة بالرحلات على الأقدام ، وتسلق الجبال ، والسياحة المناخية والصيد، والغوص، والرحلات البحرية. إن المنشآت الخاصة بهذا النوع من السياحة، علاوة على بعثها الديناميكية السياحية في مناطق تواجدها، فإن إستغلالها الجيد يزيد من مردوديتها من خلال إيواء فرق النخبة الرياضية المحلية، والأجنبية في إطار دورها التدريبية، والتظاهرات الرياضية الدولية المختلفة.

---

1 – عبد العالي طير، مجلة **الجزائر سياحة**، الديوان الوطني للسياحة، العدد رقم 28، (2004)، ص1.

2– الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، **المرجع السابق**، ص18.

This is trial version
www.adultpdf.com

المطلب الثاني: سوق السياحة في الجزائر

يعتبر حوض المتوسط أول وجهة سياحية عالمية، حيث إرتفع عدد السياح فيه من 58 مليون سائح دولي سنة (1970) إلى 283 مليون سائح سنة (2011) ما يمثل 30٪ من السياحة العالمية في الأربعين عاما الأخير، وبالمثل فإن الإيرادات الإقتصادية للنشاطات السياحية في البحر الأبيض المتوسط ، قد فاقت 5,6 مليار دولار عام (1970)، إذ تضاعف حجم هذه الإيرادات حوالي 40 مرة، ليبلغ حوالي 224 مليار دولار عام (2011).[1]

وبما أن الجزائر تتربع على جزء لا بأس به من الساحل المتوسطي، فهي تسعى لإستدراك تأخرها في الميدان السياحي، وخاصة بالنسبة لمنافسيها المباشرين في الحوض الجنوبي للمتوسط، بحيث أصبح هدف الجزائر، التحول من بلد موفد للسياح إلى بلد مستقبل للسياح.

وبما أن تونس والمغرب أقو ى المنافسين المباشرين بالنسبة للجزائر، نأخذ إحصائيات سنة (2012) كعينة للمقارنة بالنسبة لعدد السياح الوافدين، وهذا ما يوضحه الجدول أدناه.

الجدول رقم: 33

عدد السياح الوافدين لتونس، المغرب والجزائر (2012)

عدد السياح

السنوات / البلدان	2012
تونس	4785000
المغرب	9342000
الجزائر	2634056

المصدر: إحصائيات البنك الدولي بتاريخ (19-5-2013) من موقع :
http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD

من خلال الجدول رقم **(33)** نلاحظ بالنسبة للجزائر توافد 26340561 سائحاً، في (2012) مقابل 9 ملايين سائح بالنسبة للمغرب، وما يقارب 5 ملايين سائح لتونس، كما تأمل هذه الأخيرة في إستقطاب نحو 7 ملايين سائح (2013) والعودة إلى المعدلات العادية لفترة ما قبل ثورة 14 جانفي عام (2011)، حيث شهدت السياحة التونسية تراجعاً حاداً إبَّان الثورة، بسبب الإنفلات الأمني والإضطرابات الإجتماعية.

يعرف تدفق السياح الأجانب نحو الجزائر حركية مستمرة، إذا حلَّلنا هذه الإحصائيات الخاصة بدخول السياح الأجانب إلى الجزائر ، دون الأخذ في الحسبان أفراد الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج، تتكون نسبة الوافد ين إلى الجزائر في (2012) من الأتي :

1- برنامج حوض البحر الأبيض المتوسط (2007)- (2013) النسخة النهائية معتمدة بموجب قرار الهيئة الأوروبية (2013).

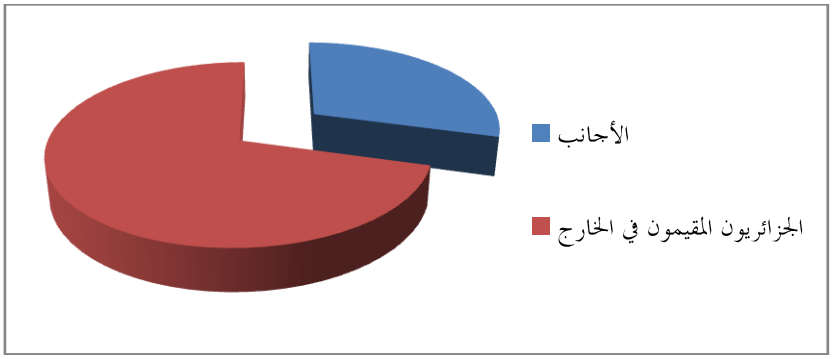
This is trial version
www.adultpdf.com

- الجزائريون المقيمون في الخارج: 1652101 سائح وهو ما يمثل 62,7% من التدفق السياحي الإجمالي
الأجانب: 981955 سائح (ويمثل الأجانب 37,3% من إجمالي السياح).

وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم: 29

توزيع عدد السواح الوافدين إلى الجزائر



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات وزارة السياحة.

من خلال الشكل رقم: **(29)** يتضح لنا بأن نسبة الجزائريين المقيمين في الخارج أكبر من الأجانب وهذا راجع لأسباب عدة أهمها أن معظم الوافدين يودون زيارة الأقارب والوطن.

وترجع أسباب إقامة الأجانب في الجزائر على حسب الترتيب، الإستجمام، والترفيه، والأعمال التي تشكل أسباب تنقلات السياح إلى الجزائر كالتالي:

- الترفيه والإستجمام: 702226 سائح أي 71,52% من إجمالي السياح الأجانب؛
- الأعمال: 276401 سائح أي 28,15% من إجمالي السياح الأجانب؛
- المهام: 3325 سائح أي 0,34% من إجمالي السياح الأجانب.

1 - **أهم البلدان المصدرة للسياحة الجزائرية** : تعتبر تونس ، وفرنسا، و إسبانيا، أهم البلدان المصدرة للسياحة إلى الجزائر حسب ترتيب الأهمية، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم: 34

البلدان المصدر للسياح الأجانب

حسب ترتيب الأهمية (2012)

الوحدة: عدد السياح بالألف

تونس	فرنسا	إسبانيا	ليبيا	الصين	إيطاليا	المغرب	تركيا	ألمانيا	بريطانيا	برتغال
531596	119518	33049	25850	25383	23070	21125	10369	9937	7412	7257

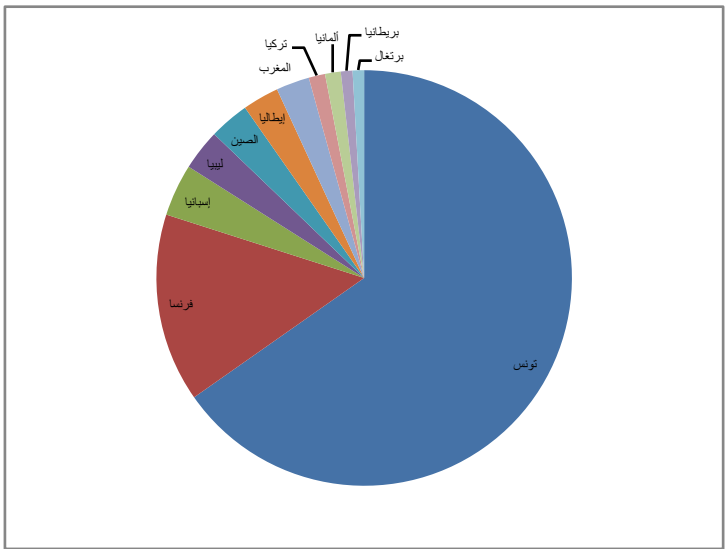
المصدر: من موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية إحصائيات (2013)
http://www.mta.gov.dz/site_relooke/fr/Fl

This is trial version
www.adultpdf.com

والشكل التالي يوضح البلدان المصدرة للسياح الأجانب حسب ترتيب الأهمية لسنة (2012):

الشكل رقم: 30

البلدان المصدرة للسياح الأجانب حسب ترتيب الأهمية لسنة (2012)



المصدر :من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم (34).

من خلال الجدول رقم : **(34)** نلاحظ بأن تونس سنة (2012)، تعد أول بلد مصدر للسياح نحو الجزائر حيث تعرف نسبة السياح من هذا البلد تطوراً مستمراً ، ونُرجع ذلك لعدة عوامل أهمها العوامل التاريخية والتقارب الثقافي، والإجتماعي بين البلدين ثم تليها فرنسا بحوالي: 119518 سائح.

2 -**أهم البلدان التي يقصدها الجزائريون:** تمثل تونس الوجهة المفضلة للكثير من الجزائريين الذين يفضلون قضاء عطلهم في هذا البلد المجاور لعدة أسباب، منها أنه يعد من البلدان القليلة التي ما يزال الجزائري يدخلها دون تأشيرة، وكذا قرب المسافة التي توجد بين البلدين، دون أن ننسى الخدمات السياحية التي توجد هناك مقارنة بتلك التي توفرها له السياحة الداخلية، هذا بالرغم من عدم وجود الإستقرار الذي يعيشه هذا البلد، بعد ثورة 14يناير (2011). والجدول الموالي يبين أهم البلدان التي يقصدها الجزائريون حسب ترتيب الأهمية:

الجدول رقم: (35)

أهم البلدان التي يقصدها الجزائريون حسب ترتيب الأهمية (2012)

عدد السياح بالألف

تونس	فرنسا	العربية السعودية	تركيا	اسبانيا	المغرب	قطر	امارات	إيطاليا	بريطانيا
780506	53350	210567	95817	77879	76682	25056	15407	14463	**14206**

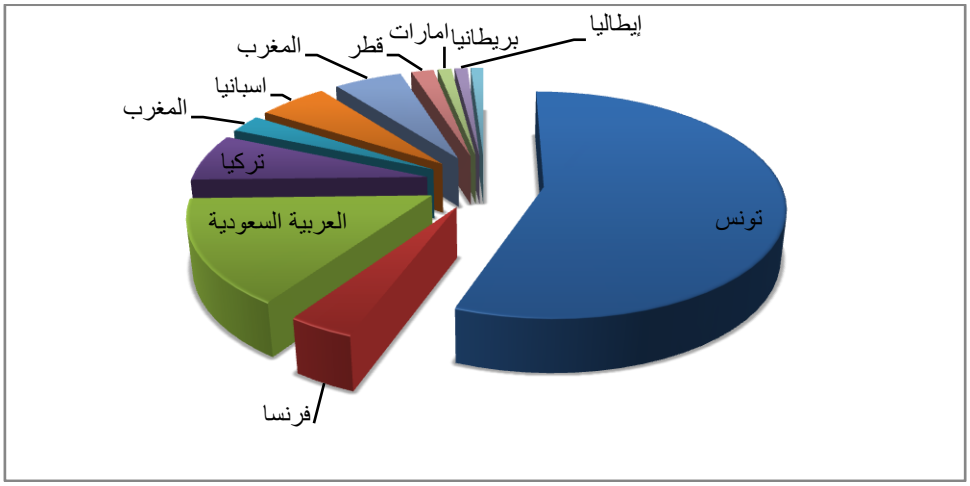
المصدر: من موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية إحصائيات (2013)
http://www.mta.gov.dz/site_relooke/fr/Fl

This is trial version
www.adultpdf.com

والشكل التالي يوضح بيانات الجدول رقم: (35)

الشكل رقم: 31

ترتيب البلدان الوجهة الخاصة بالجزائريين



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (35)

من خلال الجدول رقم: **(35)** نلاحظ أن بلدان الوجهة هي حسب الأهمية كما هو الشأن بالنسبة لبلدان المنشأ تونس وفرنسا، بحيث يزور تونس: 780506 سائح جزائري، بتراجع نسبته 10% عن (2011) وفرنسا: 533530 سائح جزائري، أي بتراجع نسبته 20.5%، ثم تليها السعودية: 210567 جزائري وهو رقم يتكون أساساً من الحجاج بزيادة 4%، ثم تركيا: 95817 سائح جزائري، وبعدها إسبانيا 77879 سائح جزائري أي بزيادة 22,5% .

3 -**تطور الميزان السياحي ما بعد الأسفار** : رغم ضآلة الإيرادات السياحية بالنسبة لإجمالي الناتج الوطني لا يمكن تجاهل مساهمة هذه الإيرادات في تحسين ميزان المدفوعات ، رغم توفر العديد من المقومات والموارد السياحية المتميزة ، قد يثير الكثير من التساؤلات ، وبعضها قد يرتبط بجدوى وفعالية سياسات وبرامج وإستراتيجيات تنموية، والجدول التالي يوضح، تطور الميزان السياحي الجزائري ما بعد الأسفار من سنة (2003) إلى سنة (2011):

الجدول رقم: (36)

ترتيب البلدان الوجهة الخاصة بالجزائريين

المبالغ بالمليون دولار

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
مداخيل السياحة المستقبلة	112	178,5	184,3	215,3	219	325	330	400	430
نفقات السياحة الموفدة	255	340,9	370	380,7	376,7	394	470	500	490

المصدر: البنك المركزي الجزائر

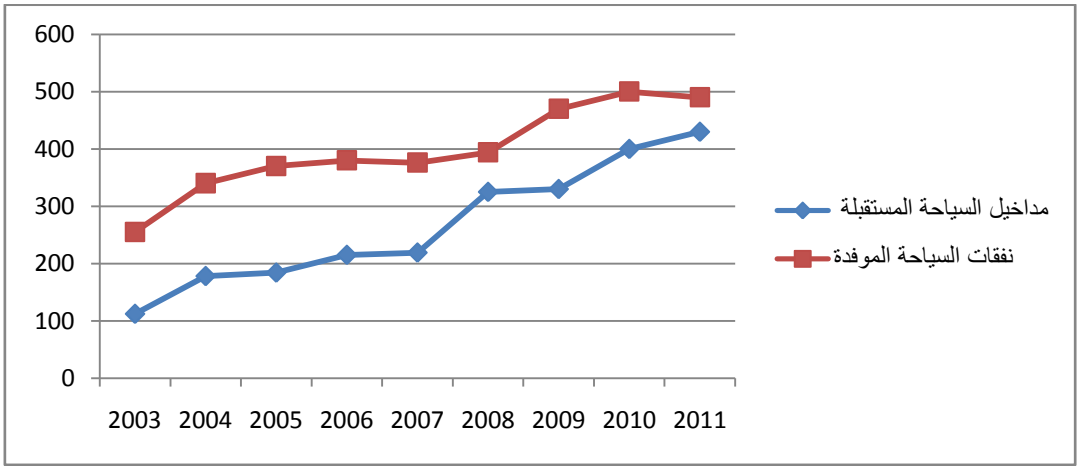
www.bank-of-algeria.dz/ LE 12/09/2013

This is trial version
www.adultpdf.com

والشكل التالي يبين تطور الميزان السياحي بين سنة (2003) – (2011):

الشكل رقم: 32

تطور الميزان السياحي بين سنة (2003) – (2011)



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (**36**)

من خلال الجدول رقم: **(36)** نلاحظ بأن:

- **السياحة الموفدة:** تعرف تقدماً منتظماً بـ 283% في الفترة ما بين (2003) و(2011)؛
- **السياحة المستقبلة:** سجلت تطوراً بـ 268% في الفترة ما بين (2003) و(2011).

وهذا يعني بأن الجزائر أصبحت تشهد إنتعاشاً بعد عام (2000)، وهذا راجع لعدة أسباب أهمها إعادة النظر في إستراتيجية التنمية السياحية، وإعتبارها من أهم أعمدة الإقتصاد الوطني بعد البترول والزراعة ، والاستقرار السياسي والأمني.

سجلت مداخيل حصة السياحة ما بعد السفر للميزان السياحي 215,3 دولار في (2006) أي بنسبة نمو تقدر بـ 3% مقارنة بسنة (2005) والتي قدرت بـ 184,3 مليون دولار.

ويبقى الميزان السياحي عاجزًا، ويزداد عجز الميزان تفاقماً بين (2000)، (2006) بينما يعرف تراجعا في (2006) بنسبة 22% في المتوسط .

4 – **تطور القيمة المضافة مقارنة بأرقام الأعمال** : الجدول الموالي يبين تطور القيمة المضافة مقارنة بأرقام الأعمال خلال سنة (1999) إلى (2005):

الجدول رقم: 37

تطور القيمة المضافة مقارنة بأرقام الأعمال في فرع الفندقة، المقاهي، المطاعم

السنة	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
القيمة المضافة بالنسبة % لأرقام أعمال	70.42	71.43	72.33	72.75	73.15	74.22	75.62

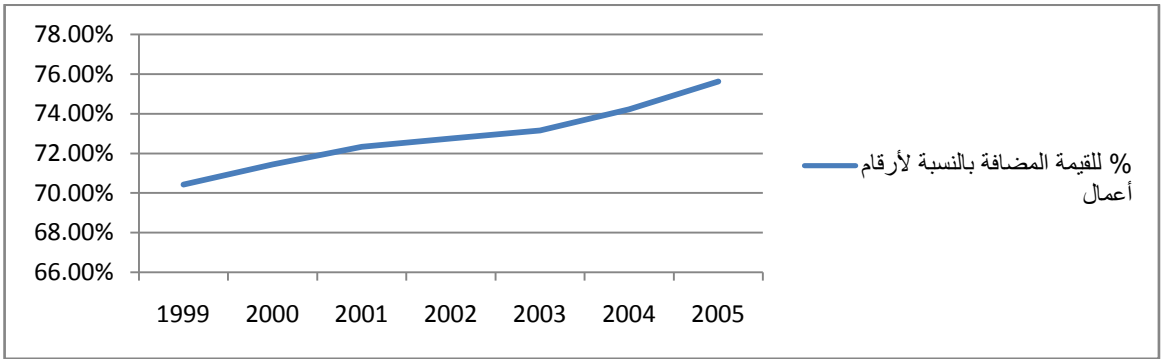
المصدر: وزارة السياحة الجزائرية، المخطط التوجهي للتهيئة السياحية تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، 2008ص 35.

This is trial version
www.adultpdf.com

والشكل التالي يبين تطور القيمة المضافة بين سنة (1999/ 2005):

الشكل رقم: 33

تطور القيمة المضافة بين سنة (1999 / 2005)



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (37)

من خلال تحليل بيانات الجدول رقم: **(37)** نلاحظ تقدماً جيداً في القيمة المضافة (TVA)[1] في فرع الفنادق، والمطاعم، والمقاهي، ومع تقدم مستمر خلال الفترة (2006/1999)، إذ إنتقلت حصة القيمة المضافة بالنسبة لرقم الأعمال المسجل من 70% إلى ما يقارب 76% .

هذا، وتعتبر نسبة القيمة المضافة بالنسبة لرقم أعمال السياحة الجزائرية جد مرتفعة مقارنة ببعض البلدان السياحية مثل فرنسا ، حيث لم يتجاوز تطورها 43% في السنوات الثلاث الأخيرة ، بحيث بلغت في سنة (2005)، و(2004)، و(2006) على التوالي: (41,11%، 42%، 41,43%)، مما يبرهن على:

- نوعية رديئة للخدمات بسبب غياب التمويل الموجه للتأهيل المادي وغير المادي ، وضمان أفضل لراحة ورفاه الزبائن؛
- غياب سياسة المؤسسة التي تقوم على التأهيل، وإدخال تجهيزات عصرية تنسجم مع المعايير الدولية الأمر الذي تجسد في هامش ربحي متغير على حساب نوعية الخدمة، نظراً لعدم إستثمار الأرباح في التأهيل.

5 -**تطور حصة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام** : إستناداً إلى إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة لعام (2012)، فإن القطاع السياحي يمثل 3,9% من قيمة الصادرات و 9,5 % من نسبة الإستثمارات المنتجة و1.8% من الناتج المحلي الخام . وتصنف الجزائر من حيث حصة السياحة في الناتج المحلي الخام في الرتبة 147 من مجموع 174 دولة، وتأتي تونس في الرتبة 39 والمغرب في الرتبة 42[2].

1 – (**TVA):** taxe sur la valeur ajoutée .

2 – World Tourism Organization: http://www2.unwto.org/en (2013) .

This is trial version
www.adultpdf.com

والجدول التالي يبين مساهمة هيكل القيمة المضافة للقطاعات المنتجة في الناتج الداخلي الخام.

الجدول رقم: 38

حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام خلال سنة (2003 / 2012)

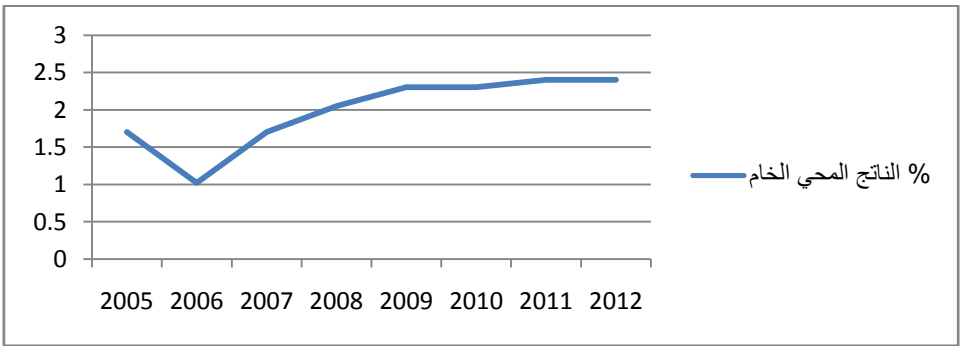
السنة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
الناتج المحي الخام %	1.7	1,02	1,7	2,05	2,3	2,3	2,4	1.8

Source: Office National des Statistiques http://www.ons.dz/-Tourisme-.html

والشكل التالي يوضح تفسير بيانات الجدول: (38)

الشكل رقم: (34)

حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (38)

من خلال تحليل بيانات الجدول رقم: **(38)** نلاحظ:

- تزايد مستمر بوتيرة ضئيلة : في حصة السياحة في الناتج الداخلي الخام بين (2005) – (2012)؛
- إستقرار في سنوات (2009) – (2010) و (2011)– (2012).

إلا أن تقدم السياحة لا يتجسد بصفة ملموسة ، في هيكل الحسابات الوطنية الكبرى للجزائر وبالفعل لم تتجاوز حصة السياحة في القيمة المضافة سنة (2012) نسبة 1.8%، في حين أن هذه المساهمات الضعيفة للسياحة في هيكل القيمة المضافة للقطاعات المنتجة ، وفي الناتج الداخلي الخام نجدها في الإتجاه المعاكس في البلدان المماثلة – تونس والمغرب –.

وتأتي هذه الوضعية نتيجة لعدم الإستثمار في التجهيزات السياحية ، بسبب الوضع الأمني الذي عرفته الجزائر ، وأسفر عن توقف الأنشطة من خلال تغيير طبيعة ووجهة بعض الهياكل ، ذات العلاقة بالفنادق والإطعام ، والخدمات (تحويل الفنادق إلى مراقد، وغلق بعض الفنادق [1]، وتحويل الكثير من الوكالات نحو البلدان المجاورة ، وكراء تجهيزات النقل إلى بعض المؤسسات العاملة في جنوب البلاد).

ويضاف إلى هذا غياب مشاريع سياحية جديدة ذات حجم كبير، منتجة للثروة وقادرة على التأثير في

1 – على غرار فندق العرق الكبير، في بني عباس بولاية بشار التي تقع في الجنوب الغربي للجزائر ، وهي مدينة سياحية، وإحدى أكبر بلديات ولاية بشار، تقع في الجنوب الغربي للجزائر ، تتوسط ولايتين من شمال مقر ولاية بشار ، بمسافة 250 كلم على الطريق الوطني رقم 6 وجنوبًا ولاية أدرار ، بمسافة 350 كلم. وتعرف بجوهرة الساور . المرجع: مديرية السياحة لولاية بشار.

This is trial version
www.adultpdf.com

هيكل القيمة المضافة في السياحة والناتج الداخلي الخام. ويتمثل التجديد في السياحة في الإرتقاء بمكانتها ووزنها في هيكل الناتج الداخلي الخام، وهو أمر ممكن بشرط إعطاء السياحة في الواقع أولوية وطنية.

6 -**الأسواق المستهدفة[1] للسياحة الجزائرية حسب العرض والطلب**: توجد ثلاثة أنواع من الأسواق:[2]

1) **الأسواق التي يتعين جعلها مألوفة:**

أ) **السوق الفرنسية**: تتميز هذه السوق بعدة خصائص أهمها:

- سياح متشددون يبحثون عن إكتشاف الثقافة، والتفاعل مع السكان المحليين؛
- الإتجاه نحو التنظيم الذاتي للرحلة واللجوء إلى الإنترنت أكثر؛
- تشكيل متوسطي السن لحصة هامة.

ب) **السوق الألمانية**: تتميز هذه السوق بعدة خصائص أهمها:

- العطل الإستجمامية، هي المبرر الأول للرحلة ثم الرحلات الثقافية؛
- نسبة المغادرة في سن 40 – 59 سنة تبلغ حوالي 81%؛
- نفقات متوسطي السن تفوق 50% في المتوسط.

ج) **السوق الإيطالية**: تتميز هذه السوق بعدة خصائص أهمها:

- السياح الذين يعودون بإستمرار إلى المكان نفسه من سنة لأخرى؛
- الوجهات الرئيسية: فرنسا، وإسبانيا، واليونان، والنمسا، مصر؛
- إتجاه نحو تزايد عدد الرحلات الطويلة وإنخفاض في الوسائل؛
- تزايد دور الإنترنت في طرق البحث والحجز؛
- توسع سوق الرفاهية.

د) **السوق الإسبانية**: تتميز هذه السوق بعدة خصائص أهمها

- الوجهة المفضلة: أوروبا (إفريقيا 2% من إجمالي السياح)؛
- إقبال قوي للأسفار للخارج: ظاهرة حديثة نسبيا؛
- المبررات الرئيسية: ثقافية وإستجمامية؛
- تفضيل الرحلات مع العائلة.

1– يقصد بالسوق المستهدف: القطاع أو القطاعات السوقية التي سيركز المشروع على خدمتها وعادة يفضل عند دخول سوق جديد التركيز علي قطاع واحد فقط وإذا ثبت نجاحه يمكن إضافة قطاعات أخرى.

2 – المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب2 الحركيات الخمس، وزارة التهيئة الإقليمية البيئة والسياحة الجزائر، جانفي (2008)، ص11.

This is trial version
www.adultpdf.com

2) **الأسواق الواعدة**

يُعتبر السوق السياحي التركي من بين الأسواق الواعدة في إرسال السياح، إذ تعد ضمن البلدان الـــ 10 الأوائل المرسلة للسياح نحو الجزائر بـــ 74116 سائح سنة (2011)، حسب بيان وزارة السياحة الجزائرية.[1] هذا بالإضافة إلى السوق الهولندي والبلجيكي.

3) **الأسواق البعيدة**

على غرار الصين وبلدان أمريكيا الشمالية ، تتميز هذه السوق بعدة خصائص منها نمو إمكانية إرسال السياح بشكل متزايد، و تعزيز جاذبية الوجهة بالتموقع على مستوى الأسواق الثلاثة وإعطاء الأولوية للأسواق المطلوب الحفاظ عليها، وكذا الواعدة؛ وحصر الفروع والمنتج الواجب تطويره، وتحديد الأهداف بالنسبة لهذه الأسواق في المرحلة الأولى ، وهناك أربعة فئات من السكان يتوجب إستهدافهم:

أ) السياح المحليون؛

ب) الجزائريون المقيمون بالخارج؛

ج) السياح في مدن البلدان المطلوب الحفاظ عليها؛

د) متوسطو السن في الأسواق المطلوب المحافظة عليها.

المطلب الثالث: الأسواق الرئيسية المنافسة للسياحة الجزائرية (تونس والمغرب)

يسمح تحليل أهم الأسواق المنافسة من حيث الأسعار ، بتحديد الأسواق الواعدة للسياحة الجزائرية ففي محيط جنوب المتوسط، هناك وجهتان يمكن أن تكونا منافستان مباشرتان، بحكم الموقع الجغرافي القريب والقدرات السياحية المتشابهة، ووجود عرض تسعيري وقدرات مماثلة ، وتعتبر تونس، والمغرب أكبر المنافس المباشرين بالنسبة للجزائر، وكل من هذه الوجهات شرعت على مستويات مختلفة في وضع إستراتيجيات للتنمية السياحية الخاصة بكل دولة، على حسب إمكانياتها وتوجهاتها.

فيما يتعلق بالمنافسين المباشرين للجزائر، فإنه من الضروري معرفة الخاصيات ، وإدراك محاور الإستراتيجية التي إختارتها هذه البلدان.

أولا: حالة تونس

تتميز تونس بصغر مساحتها مقارنة بالدول المغاربية الأخرى 146162 كلم^2، ولكنها تتموقع في أعظم توغل في إفريقيا للمتوسط نحو الشمال. كما أنها تمتلك شريطا ساحليا يمتد على أكثر من 1300 كلم من السواحل الرملية[2].

1- جريدة الخبر، يومية جزائرية، 20 أفريل (2012). http://www.elkhabar.com/ar/autres/dernieres_

2- تقع أهم الشواطئ التونسية في المدن التالية: بنزرت، سوسة قرطاج جربة وطبرقة. أنظر المرجع: الجمهورية التونسية، الموقع الإلكتروني : www.me7tar.com/tonis.htm

This is trial version
www.adultpdf.com

1 -**التدفقات السياحية:** بلغ عدد السياح الدوليين في سنة (2012): 5950000 سائح وهو حجم في تزايد رغم الإنخفاض المسجل إبتداء من: (2011). نظراً لعدم الإستقرار السياسي والأمني بعد ثورة 14 يناير (2011) وهذا ما أثر على الإيرادات السياحية في نفس الفترة وهذا ما يبينه الجدولان المواليان:

جدول رقم: 39

عدد السياح الوافدين (2010 / 2012)

الوحدة: سائح

السنوات	2010	2011	2012
عدد الوافدين	6902000	4782000	5950000

المصدر : من موقع وزارة السياحة التونسية
http://www.tourisme.gov.tn/index.php

الجدول رقم: 40

تطور المداخيل التونسية من (2010/ 2012)

الوحدة: مليون دولار

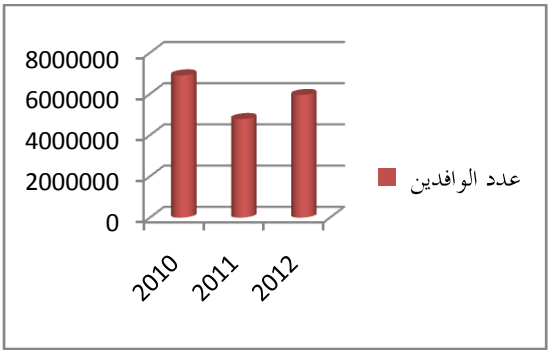
السنوات	2010	2011	2012
المداخيل	2645	1914	2183

المصدر:الديوان التونسي للإحصائيات السياحية، وزارة السياحة البنك المركزي التونسي، وزارة التنمية والتعاون الدولي 2013

والشكلان المواليان: يوضحان تفسير بيانات الجدولان (39) و (40):

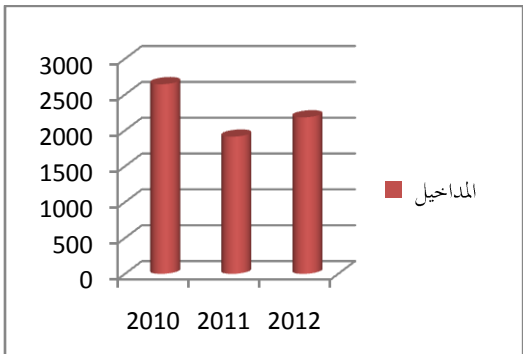
الشكل رقم: 35

تطور عدد الوافدين إلى تونس من (2010 / 2012)



الشكل رقم: 36

تطور المداخيل التونسية من (2010 / 2012)



المصدر:من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدولان رقم: (39)، و(40)

من خلال الجدولين رقم: **(39)**، و**(40)** يتبين لنا جلياً، إنخفاض عدد الوافدين والإيرادات السياحية في (2011)، إلا أنها عادت لترتفع (2012)، بحيث شهدت الإيرادات السياحة ، إرتفاعاً بنسبة 30% سنة (2012) وذلك بالمقارنة مع سنة (2011)، الذي تراجعت خلاله، كل المؤشرات الإقتصادية بسبب الظروف السياسية والأمنية التي مرت بها تونس، في هذه الفترة (ثورة 14 يناير 2011).

فقد قدرت وزارة السياحة التونسية ، عائدات القطاع سنة (2112) بنحو 2.12 مليار دولار وبالرغم من هذا الإرتفاع فإن الإيرادات السياحية تبقى متباطئة مقارنة بعام (2010).

وكان لتراجع النشاط السياحي تأثيراً مباشراً على إلغاء العمل الموسمي الذي يمثل 20% من مجموع مصادر الشغل المباشرة التي يوفرها القطاع السياحي ، ليرتفع عدد مراكز الشغل المباشرة التي تم فقدانها إلى حدود 22 ألفاً و319 منصب عمل.

This is trial version
www.adultpdf.com

2 - **البلدان المصدرة للسياحة التونسية :** توجد ثلاث أحواض لزبائن السياحة التونسية تتمثل في: أوربا الغربية، وأوروبا الوسطى والشرقية ، والمغرب العربي والشرق الأوسط . والجدول الموالي يوضح أهم هذه الأحواض :

الجدول رقم: 41

الأحواض الكبرى لزبائن السياحة التونسية

أوروبا الغربية	و تمثل أكثر من 80 % من الوافدين .
أوروبا الوسطى و الشرقية	عدد الوافدين والليالي في تطور كبير منذ (2001) قوة شرائية متوسطة.
المغرب العربي والشرق الأوسط	قادمون خاصة من الجزائر وليبيا ،عدد هام من حيث الوافدين و يشكل هذا الحوض أقلية من حيث عدد الليالي التي يقضيها سياح هذه المنطقة .

المصدر: وزارة السياحة التونسية (2012)

http://www.tourisme.gov.tn/index.php?id=206

3 -**منتجات السياحة التونسية:** تقوم التنمية السياحية في تونس منذ زمن طويل أساسا على:

أ) **السياحة الترفيهية:** وتتمثل في أنشطة الإستجمام، يوجد أكثر من 80% من عرض الإيواء في المناطق الشاطئية، تم تطوير العديد من الفروع لضمان محطة للنمو.

ب) **السياحة العلاجية:** خاصة العلاج بمياه البحر ، حيث يوجد حوالي 20 مركزاً ، وتعتبر الوجهة العالمية الثانية بعد فرنسا، والزبائن أغلبهم من الأوروبيين.

ج) **السياحة الرياضية:** وتعتبر ممارسة لعبة الغولف[1]، من أهم النشاطات التي يقبل عليها السواح بحيث يتواجد حوالي 8 ملاعب للغولف، غير أن نجاح هذا الفرع اليوم لا يزال متوسطاً.

د) **السياحة الصحراوية:** تحتل السياحة الصحراوية في تونس مكانة هامة ، لكونها المنتج الذي يميّز البلاد عن غيرها من الوجهات السياحية العالمية، وفي تونس وقع الإهتمام بالسياحة الصحراوية ولا يزال، إذ تمت تنمية هامة في محيط منطقة توزر[2]، ومضاعفة عدد الوكالات المتخصصة.

4 -**المحاور الإستراتيجية الكبرى للسياحة التونسية** : هناك أربعة (4) محاور رئيسية وضعتها الدراسة الإستراتيجية حول تطور القطاع السياحي التونسي، في أفق (2016) يوضحها الشكل الموالي:

1- **الصَوْلَجَان** أو **الجولْف** في الترجمات الحرفية، من الإنجليزية Golf: رياضة تمارس في الهواء الطلق علي مساحات كبيرة من العشب تتخللها مرتفعات وحفر ضيقة ومجاري مائية. ويتراوح طول ملعب الجولف بين 3 و 7 كيلومترات حسب عدد الحفر. وتعتبر إسكتلندا أول من إكتشف هذه اللعبة .أنظر المرجع:
http://taquafatona.blogspot.com/2013/04/blog-post_7651.html

2- توزر هي مدينة وواحة صحراوية تقع في الجنوب الغربي للجمهورية التونسية ويبلغ عدد سكانها حوالي 40.000 نسمة، وهي عاصمة ولاية توزر ومركز بلاد الجريد . تقع توزر في الشمال الغربي لشط الجريد وجنوبي شط الغرسة، على بعد 430 كم من العاصمة تونس أنظر المرجع: السياحة العربية:
http://www.startimes.com/?t=17892563

This is trial version
www.adultpdf.com

الشكل رقم: (37)

أهم محاور الإستراتيجية للسياحة التونسية



المصدر:من إعداد الباحثة بالإعتماد على الموقع: توروس يومية الكترونية

دراسة حول تطوير القطاع السياحي في أفق (2016)

http://www.turess.com/akhbar/59672

عهدت تونس إلى مكتب الدراسات العالمي "رولاند برغر" بإنجاز الدراسة الإستراتيجية [1]حول تطور القطاع السياحي في آفق (2016)، من أجل صياغة مقترحات تكون بمثابة "خارطة طريق" للتأقلم مع المتغيرات الكبيرة التي شهدتها السياحة العالمية في السنوات الأخيرة ، والمتمثلة بالخصوص في توجه العروض السياحية أكثر فأكثر نحو الفرد، وتنامي دور الإنترنت في عمليات الحجز، والإعتماد المتزايد على الحجز في آخر دقيقة في ظل العمل باتفاقيات الأجواء المفتوحة[2].

أظهرت الدراسة أن السياحة التونسية تعاني من عدة إشكاليات منها[3]:

- موسمية القطاع الذي تمتد فترة ذروته بين شهري ماي وأكتوبر؛
- التبعية المطلقة لوكالات الأسفار الأوروبية؛
- هيمنة المنتج الشاطئي؛
- محدودية أنماط الإيواء ؛
- تقادم الوحدات الفندقية؛
- يعد الترويج للوجهة التونسية نقطة ضعف السياحة التونسية ، بسبب تواضع الميزانية المرصودة للترويج السياحي، والتي لم تتعد قيمتها 27 مليون يورو سنة (2009) مقابل 49 مليون يورو في المغرب و82 مليون يورو في تركيا.

1- يذكر أن تنفيذ مختلف المشاريع المدرجة في الإستراتيجية تمتد من جويلية (2010) إلى ديسمبر (2016) وقد رصدت الدراسة ميزانيات وحددت جداول زمنية لتنفيذها وتم تحديد نحو 20 نشاطا ذا أولوية وإقرار حوالي 160 إجراء. انظر الموقع: http://www.tourisme.gov.tn/index.php?id=206

2- توروس يومية الكترونية ،دراسة حول تطوير القطاع السياحي في أفق (2016): http://www.turess.com/akhbar/59672

3- وزارة السياحة التونسية متوفر على موقع: http://www.tourisme.gov.tn/index.php?id=206

This is trial version
www.adultpdf.com

أ) **توصيات الدراسة الإستراتيجية**

- قدمت الدراسة توصيات تركز الجهود على تحقيق أربع أهداف رئيسية ، تتمثل في تحسين العرض وحفز الطلب، ودعم التنافسية، وإستدامة القطاع:[1]

- **تحسين العرض**: أكدت الدراسة أهمية تحقيق الجودة الشاملة ، وتنويع المنتج وأنماط الإيواء وتركيز الإشهار على المنتجات المجددة ، والنهوض بالتنشيط وتأهيل العرض ، ومراجعة المقاييس المعتمدة حاليا في تصنيف الفنادق والتحفيز وآليات المراقبة؛
- **تحفيز الطلب** : إقترحت الدراسة وضع خطة لتثمين المنتج السياحي المحلي ، ومختلف مكوناته وإعتماد برامج ترويج طموحة، وتنمية السياحة الداخلية؛
- **دعم التنافسية**: أوصت الدراسة إلى ضرورة دعم التموقع ، في الأسواق القريبة وتعزيز حضور السياحة التونسية على شبكة الإنترنت؛
- **إستدامة السياحة التونسية** : أوصت الدراسة بملائمة الحوكمة السياحية مع المتطلبات الجديدة للقطاع، وإعادة صياغة أنماط التكوين وإدراج إشكاليات التنمية المستديمة في الإستراتيجيات المستقبلية.

ب) **برامج تنفيذ الإستراتيجية السياحية**

يمثل ميثاق الجودة ، والتشجيع على التجديد ، وتنويع أنماط الإيواء السياحي من أهم البرامج التنفيذية المقترحة لتطوير السياحة التونسية ، إلى جانب تكثيف الشراكات الجوية و إعتماد مقاربة تسويق حسب كل بلد ، ووضع سياسة جديدة لتنظيم تظاهرات كبرى بتونس مرتبطة بالرصيد السياحي، والثقافي للبلاد مع العمل على تنويع مصادر التمويل[2].

كما تم في هذا الصدد التوقيع على ميثاق إستراتيجية (2016)، وهو بمثابة حصيلة تأليفية بنتائج الدراسات التي أعدت خلال السنوات الماضية حول القطاع.

ويشمل البرنامج تنظيم الإطار المؤسساتي ووضع هيكلة مشروع وزارة السياحة ، وإعادة صياغة التكوين المهني السياحي ، وإعادة هيكلة الوضعية المالية للسياحة التونسية . كما ركزت الجهود على تقييم سلامة الوضعية المالية للفنادق ، وتأهيل الفنادق التي تمر بصعوبات، وتكثيف إستعمال تكنولوجيات المعلومات والإتصالات الحديثة، وإعادة صياغة الموقع الالكتروني للديوان الوطني للسياحة التونسية ، حول ثلاثة فضاءات (إنترانات و إكسترانات، وفضاء موجه للعموم) ، وإرساء الحوكمة الإلكترونية ، وتعزيز وتنظيم دورات للتكوين في السياحة الإلكترونية.

1 – بوابة السياحة التونسية متوفر على موقع: http://www.tourisme.gov.tn/index.php?id=41&L=1 .

2 -REPUBLIQUE TUNISIENNE MINISTÈRE DU TOURISME STRATEGIE 2016 Consultation Nationale 9 /10 /2010.

This is trial version
www.adultpdf.com

وينتظر أن يساهم تجسيد هذه الإستراتيجية في تحقيق الأهداف المتمثلة في إستقطاب 10 ملايين سائح سنويا، بداية من (2014)، وتحقيق مداخيل بقيمة 5365,7 مليون دينار أي ما يقابل 3 مليار دولار ورفع نسبة طاقة الإيواء إلى 260300 سرير.

5 -**نتائج تنفيذ الإستراتيجية أفاق (2016):** تحسنت مؤشرات النشاط السياحي في تونس خلال ، الأشهر التسعة الأولى من العام (2013)، بحيث بلغ عدد الوافدين 477798 سائح ، مسجلة بذلك زيادة بنسبة 4,9% مقارنة بنفس الفترة من العام (2012)، ويأتي القادمون من بلدان المغرب العربي ، والأوروبيون في مقدمة الوافدين الأجانب على تونس بنسب متقاربة، حيث بلغت نسبة الأوروبيين 49,6%، فيما كانت نسبة المغاربة في حدود 48,3 % وقد سجل إنخفاض عدد الوافدين الفرنسيين خلال نفس الفترة بنسبة 22,8 %[1].

وإرتفع عدد السياح الوافدين إلى تونس من جنسيات أوروبية أخرى ، بنسب متفاوتة تتراوح بين 27,6% بالنسبة لبريطانيا ، و 11,5% للروس، و 6,1% للايطاليين، و 3,7% من الألمان فيما إرتفع عدد الوافدين من تشيكيا بنسبة 59,6% خلال الفترة (2012). وفيما يتعلق بالسياح العرب ، كان عدد الليبيين هو الأكبر بمليون و 681 ألف سائح ، مسجلين بذلك إرتفاعا بنسبة 19% مقارنة بالعام (2012) ثم الجزائريون الذين إرتفعت نسبتهم بـــ 6,6% خلال الفترة نفسها.

وإستناداً لبيانات البنك المركزي التونسي ، فقد سجلت العائدات السياحية خلال الأشهر التسعة الأولى من العام (2013)، إرتفاعاً بنسبة2,7 % مقارنة بالفترة نفسها من العام (2012)[2].

ثانيا: حالة المغرب

يقع المغرب شمال غرب إفريقيا، تحده شرقا الجزائر والصحراء الغربية جنوبا ويطل على كل من إسبانيا والبرتغال، ويحتل المغرب مكانة متواضعة نسبياً في حوض المتوسط وراء تونس ، ومصر وتعتبر السياحة المصدر الثاني للعملة الصعبة بعد تحويلات المغاربة المقيمين في الخارج.[3] يركز النشاط السياحي الرسمي في المغرب خلال عقود، على الموروث الثقافي الذي تعرضه المدن العتيقة الغنية بمآثرها التاريخية ، وصناعاتها التقليدية وثقافتها الشعبية مثل مدينة فاس.[4]

1 -**تدفقات السياحة المغربية:** حقق قطاع السياحة بالمغرب نسبة نمو بلغت 2% خلال سنة (2012) وبلغ عدد السياح الوافدين على البلد، ما يناهز 10 ملايين سائح[5]، وهي حصيلة مكنت المغرب من الحفاظ على مكانته السياحية، على الصعيد العالمي.

---

1 - World Tourisme Organisation :http://www2.unwto.org/en (2013).

2 - البنك المركزي التونسي: http://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/arabe/index1.jsp .

3- **Marocain du Tourisme**, Rapport D'évaluation du Tourisme Marocain durant la période(2000)-(2008)

4- مدينة فاس، تعتبر أول مدينة إسلامية في بلاد المغرب، وهي عبارة عن متحفا مفتوحا ينبض بالتاريخ. يضم جامعة القرويين العريقة وسلسلة من الأسواق التقليدية والفنادق التاريخية. انظر المرجع وزارة الثقافة المغربية : http://www.minculture.gov.ma/index.php?option=com_cont

5- الشبكة الأورو متوسطية لوكالات الترقية والإستثمار http://www.animaweb.org/

This is trial version
www.adultpdf.com

وهذا ما يبينه الجدولان المواليان:

جدول رقم: 42

عدد السياح الوافدين (2010/ 2012)

الوحدة: سائح

السنوات	2010	2011	2012
عدد الوافدين	9288000	9342000	9375000

المصدر : البنك الدولي للإنشاء و التعمير
/http://data.albankaldawli.org

الجدول رقم: 43

تطور المداخيل المغربية: من (2010/2012)

الوحدة مليون دولار

السنوات	2010	2011	2012
المداخيل	6703	7281	6711

المصدر : البنك الدولي للإنشاء و التعمير
/http://data.albankaldawli.org

والشكلان المواليان يوضحان بيانات الجدولان (42) و (43):

الشكل رقم: 38

تطور عدد الوافدين إلى المغرب

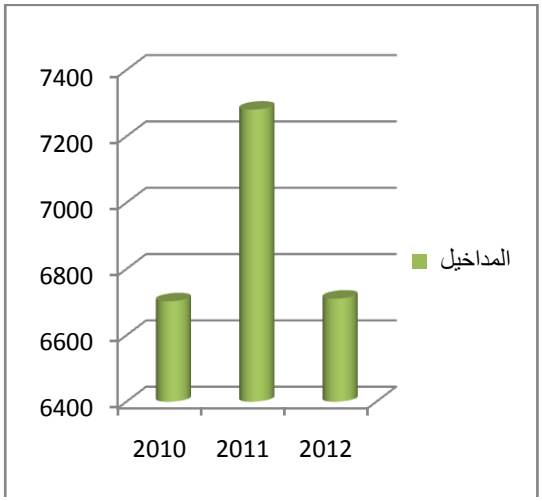
من (2010) إلى (2012)



الشكل رقم: 39

تطور المداخيل المغربية

من (2010) إلى (2012)



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدولان رقم (42)، و(43).

من خلال الجدولان رقم: **(42)**، **و(43)** نلاحظ إرتفاع عدد السياح الذين زاروا المغرب خلال العام (2012)، وصلوا إلى نحو 10 مليون سائح، مقابل 9,43 مليون سائح خلال العام (2011)، وفق بيانات وزارة السياحة، فيما إنخفضت إيرادات السياحة خلال العام (2012)، إلى 6711 مليون دولار مقابل 7281 مليون دولار عن الفترة المقابلة من العام (2011)، وهذ راجع للأزمة المالية التي تعاني منها أوروبا ــ أزمة اليورو ــ.

This is trial version
www.adultpdf.com

2 -**البلدان المصدرة للسياحة المغربية** : تتمثل الأحواض الكبرى لزبائن المغرب في أ وروبا، وإفريقيا وأمريكا الشمالية، والجدول التالي يوضح أهم زبائن السياحة المغربية:

الجدول رقم: 44

الأحواض الكبرى لزبائن السياحة المغربية

أوروبا	يمثل الرعايا الأوروبيون الأغلبية ب **83.41** % و تعتبر فرنسا أول موفد قبل إسبانيا و المملكة المتحدة و ألمانيا .
إفريقيا	يمثل الحوض الإفريقي وزنا خفيفا في الاقتصاد السياحي للمغرب وتعتبر تونس والجزائر البلدان الأكثر تصديرا للسياح..
أمريكا الشمالية	تمثل الولايات المتحدة وكندا الحوض الثالث الموفد للوافدين و كذا في عدد الليالي.

المصدر: وزارة السياحة الجزائرية، المخطط التوجهي للتهيئة السياحية، الكتاب الأول، **مرجع سابق** ص 94 .

1 -**المنتجات السياحية**: تعتبر سياحة الإستجمام المدخل الأول للمغرب ، وتتمركز أساساً حول أغادير [1] ويمكن تصنيف أهم المنتجات السياحية المغربية كالتالي:

أ) **سياحة المدن العتيقة**

تركز المنتجات السياحية الرسمية في المغرب، على الموروث الثقافي الذي تعرضه المدن العتيقة الغنية بمآثرها التاريخية، وصناعاتها التقليدية، وثقافتها الشعبي..

ب) **السياحة الجبلية**

وتعتبر مدينة أزيلال [2] الصغيرة أبرز المناطق الجبلية ، ففي الشتاء تشكل جبال الأطلس قطب الجذب السياحي بفضل الثلوج التي تعمم قممها، ويتوفر المغرب على مساحات هامة للتزلج على الثلج بمختلف أصنافه، وفي الصيف يأتي دور هواة رياضات تسلق الجبال التي تنشط بصفة خاصة في ضواحي مراكش.

ج) **السياحة الرياضية**

بذلت المغرب جهوداً كبيرة لجعل النشاط الرياضي في خدمة السياحة ، وإعتمدت بصفة خاصة على لعبة الغولف بإعتبارها رياضة كبار رجال المال والأعمال، فبنت قرى سياحية حول سلسلة من ملاعب الغولف عبر أرجاء البلاد.

---

1 – أغادير مدينة تقع في جنوب المغرب يميزها طقسها المعتدل، وطول شاطئها الممتد على مساحة 30 كيلومتراً، ورمالها الذهبية، وشمس مشرقة لـــ 300 يوم في السنة. وهذه الميزة هي التي جعلتها تحتل مكانة سياحية ممتازة، أنظرالمرجع بني ملال المغربية: http://www.beni-mellal.net/web/index.php?/category/5

2 – أزيلال هي مدينة مغربية تقع في قلب جبال الأطلس ، وهي تسمية للإقليم يتكون –يتميز الإقليم بشلالات .توجد مدينة أزيلال الصغيرة بين إقليمي بني ملال ومراكش، في الأطلس الأعلى. وتتبع إداريا إقليم أزيلال، جنوب غرب العاصمة المغربية الرباط. وهي بحكم موقعها في سلسلة جبال الأطلس، محاطة بسلاسل جبلية وهضاب. وبين هذه الجبال إنفجرت عيون وإنهار ووديان، تضفي على المدينة هالة من الجمال والشموخ أنظر المرجع: http://www.beni-mellal.net/web/index.php?/category/5

This is trial version
www.adultpdf.com

د) السياحة الشاطئية

يتوفر المغرب على 3500 كيلومتر من الشواطئ، ثلثها على البحر الأبيض المتوسط، والبقية على المحيط الأطلسي، وهو ما يجعل منه وجهة مفضلة من وجهات هواة السياحة، مغاربة وأجانب. وقد كانت الشواطئ دوماً مقصداً مفضلاً لدى السياح خلال فصل الصيف بصفة خاصة[1].

2 -**المحاور الإستراتيجية الكبرى للسياحة المغربية** : يمكننا تمثيل المحاور الرئيسية للسياحة المغربية ضمن الشكل التالي:

الشكل رقم: (40)

أهم المحاور الإستراتيجية للسياحة المغربية.



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على البوابة الإخبارية العربية متوفر على الموقع http://www.albawaba.com/ar

شرع المغرب إنطلاقا من سنة : (2012)، في تنفيذ أولى مشاريع المخطط السياحي الجديد "رؤية (2020)"، الذي يؤطر المسار المقبل للقطاع السياحي المغربي، تأسيسا على "رؤية (2010) "[2]

وتتمثل الخطوط الكبرى للإستراتيجية السياحية (2020/2011)، في أنها ستحدث ست وجهات سياحية جديدة، وإضافة 200 ألف سرير، وخلق 470 ألف منصب شغل، وتوظيف 100 مليار من الإستثمارات، ورفع العائدات السياحية سنة (2020)، بجلب حوالي 20 مليون من السياح، وبإختصار مضاعفة حجم القطاع السياحي، ما سيجعل المغرب ضمن الوجهات السياحية العشرين الأولى في العالم.

أ) التنمية المستدامة مفتاح رؤية (2020) في المغرب

تضع رؤية (2020) قضية التنمية المستدامة والبيئة على رأس الأولويات، مركزة بذلك على إستثمار المؤهلات، والثروات الطبيعية، والثقافية، لفائدة النمو السوسيو إقتصادي لكل المناطق وتعتمد هذه الإستراتيجية على ثماني مناطق ترابية، تمثل التناسق السياحي والجاذبية الضرورية

1- أصداء المغرب، إخبارية يومية: http://www.assdae.com/

2- تخص هذه الإستراتيجية فترة (2001-2010) وتهدف إلى استقبال 10 ملايين سائح بحلول عام (2010)، والرفع من الطاقة الإيوائية الفندقية بإنشاء 160000 سرير و600000 فرصة عمل جديدة. تعتبر خطة المغرب الأزرق العنصر الأكثر طموحا في رؤية (2010)، إذ تشمل تشييد ستة مواقع لمنتجعات متكاملة بطاقة 120000 سرير علاوة على ذلك، رؤية (2010) تعتبر بمثابة دعامات عملية تمكن من تحقيق أهداف هذه الاستراتيجية، وهي : المنتج، التكوين، النقل الجوي، التسويق والتواصل، المحيط السياحي والتنظيم المؤسساتي. أنظر المرجع المغرب جغرافيا الطبيعة: http://www.diplomatie.ma/arab/Economie/lessecteursdel%

This is trial version
www.adultpdf.com

لتموقع دولي، في هذا الإطار، يتمحور العرض السياحي حول هذه الوجهات، لتثمين المؤهلات السياحية لكل المناطق.[1]

ب) برنامج المخطط الأزرق (2020) في المغرب

جاء المخطط الأزرق (2020)، من أجل تحقيق عرض حقيقي على الصعيد العالمي لمنتج المحطات الشاطئية المغربية في شكل مخطط، بعد فشل المخطط الأزرق [2] (2010) في تحقيق الأهداف المرجوة ويرتكز البرنامج السياحي المخطط الأزرق (2020)، على مفهوم المحطات الساحلية الذكية، الهادفة إلى خلق عرض مغربي تنافسي، على الصعيد الدولي ، ويهدف هذا المخطط في مرحلته الأولى إلى إعادة تموقع وإستكمال المحطات التي جرى إطلاقها وإكمال العرض السياحي بمحطات جديدة.

ج) تحديات خطة (2020) في المغرب

هناك عدة تحديات تواجه الإستراتيجية السياحية (2020/2011) نذكر منها:[3]

- تعزيز حضور المغرب في الأسواق التقليدية، خصوصا المملكة المتحدة، وألمانيا، وأوروبا الشرقية وتطوير أسواق جديدة للنمو؛
- تطوير العروض الموجهة لشرائح جديدة من المستهلكين، ذوي الإمكانيات العالية، لاسيما شرائح الأسر، وكبار السن، والشباب الناشطين؛
- تخصيص تمويل إضافي للمكتب الوطني المغربي للسياحة، من أجل تشجيع الإنعاش السياحي خاصة أن عملية الترويج تتطلب تغييراً جذرياً لأدوات الإنعاش المؤسساتي؛
- أهمية البعد البيئي، والحفاظ على إستدامة الموارد الطبيعية، و إعتبار السياحة قطاعاً تنموياً، وليس قطاعا يستهلك الموارد الطبيعية، من أجل جلب السياح، والعملة الصعبة؛
- يحتل المغرب حاليا مرتبة غير مشرفة، في ما يخص السياحة المسؤولة، [4] إذ يأتي في المرتبة 67 من أصل 130 بلداً، حسب تصنيف المنتدى الإقتصادي العالمي، بعد مصر (66) وتركيا (54) وتونس (39)، وهذه البلدان تنافس المغرب بشدة في المجال السياحي.[5]

---

1 – الحركة إخبارية يومية مغربية من موقع: http://www.alharaka.ma/ar

2 – إتسم المخطط الأزرق بإرتكاز الإستثمارات السياحية، في "رؤية (2010)" على رفع الطاقة الإيوائية للفنادق على حساب العرض المتعلق بالتنشيط والترفيه ، إضافة إلى عدم تثمين التراث الثقافي المغربي بشكل جيد، بإستثناء القليل من المواقع الموجودة بالقرب من المدن الكبرى كما لم تغط الإحتياجات الخاصة بالسياح الوطنيين إلا بنسبة 10 في المائة، في إطار مؤسسات الإيواء المصنفة. أنظر المرجع وزارة السياحة المغربية: http://www.tourisme.gov.ma/fr

3 – Royaume du Maroc, **Direction des Etudes et des Prévisions Financières, Ministère** de l'Economie et des Finances Avril (2011).

4 – ظهر مصطلح السياحة المسؤولة، ليعبر عن مفهوم متشابك المعاني، يشمل كلا من السائح، والمنظم، والمنشأة السياحية؛ مشيرا إلى مسؤولية الشخص عن السياحة في بلاده، من حيث الحفاظ على البيئة، والتراث، وكيفية مساعدته على دیمومة السياحة، وسلامة الوعي السياحي. انظر المرجع: http://www.visitmorocco.com/convert.php?lg=&keep .

5 – المنظمة العربية للسياحة ، جامعة الدول العربية تقرير التنافسية والسفر، (2012).

This is trial version
www.adultpdf.com

3 -النتائج المحققة من تنفيذ رؤية (2020): تشير بيانات مرصد السياحة المغربية ، أن مداخيل النشاط السياحي في المغرب، قد بلغت ما يقارب 506 مليون دولار أمريكي من العام (2012)، محققة زيادة نسبتها 5,9% مقارنة مع عام (2011)، ويرجع هذا النمو إلى إرتفاع عدد السياح الوافدين إلى المغرب بنسبة 3,4% بحسب أرقام وزارة السياحة المغربية، ويساهم قطاع السياحة في المغرب بنسبة 10% في إقتصاد البلاد ويوفر ما يقارب 500 ألف منصب شغل[1].

وفي هذا الإطار، عرفت الأنشطة السياحية إنتعاشاً، رغم تأثيرات الركود بمنطقة اليورو ، وإسْتأنف هذا القطاع وتيرة نموه الإعتيادية لتصل إلى 5%، بعدما تأثر خلال سنتي (2011) و (2012) بالأزمة الإقتصادية العالمية والإضطرابات الإجتماعية التي عرفتها دول شمال إفريقيا ، وفي إطار إستراتيجية تنمية السياحة "رؤية (2020)"، عرفت سنة (2013) إنطلاق مشروع لتَتَبُّع وتنفيذ هذه الإستراتيجية، التي تشمل العديد من المشاريع والأسواق المتنوعة ، وتتمحور الورشات الأخرى المبرمجة خلال هذه السنة حول جودة خدمات السياحة كجودة الإستقبال في المطارات، وكذا جودة المرافق والتجهيزات الحضرية.[2]

مما سبق وبعد تحليل الأسواق المنافسة المباشرة للسياحة في الجزائر ، يمكن القول بأن العرض الخاص بالإستجمام لا يزال البوابة الكبيرة للسياح في هذه الدول إذ أن القدرة السياحية أكثر إتساعاً وترسم بوضوح الإغراء بالنسبة للعرض الثقافي (التراث، والمعرفة، وحسن إستقبال السكان) والعرض المرتبط بالصحراء، وبالرحلات البحرية، والرياضة المائية.

كما قامت هذه الوجهات في إعداد مخططات مهيكلة طوعية لتنمية السياحة المستدامة، والأخذ بعين الإعتبار بأن الأسواق الأوروبية في حوض المتوسط هي الوجهة الأولى في العالم ، كما لوحظ بأن تزايد عدد زبائن هذه الوجهات في السوق الأوروبي ، وخاصة زبائن سوق فرنسا والجزائر ، لم تظهر إستراتيجيتها وتعيين أسواقها المستهدفة للسياحة بناءً على هذا الأساس.

المطلب الرابع: تأثير أزمات دول الجوار على السوق السياحي في الجزائر

في أعقاب الإضطرابات التي عاشتها بعض الدول العربية، في ما سمي بالربيع العربي، خلال العام (2011)، حاولت الجزائر إستقطاب السياح الذين كانوا يقصدون تلك البلدان، على نحو ما قامت به إسبانيا، وتركيا؛ إلا أن ذلك لم يتحقق ويعود ذلك إلى أسباب داخلية ترتبط بمسائل هيكلية، تتعلق بقطاع السياحة الجزائري، وفي هذا السياق ، فإن الجزائر غير مستعدة لإستقبال أعداد كبيرة من السياح نظراً لعدم كفاية الفنادق والمنتجعات السياحية بحيث لا تتوفر في الجزائر سوى إحدى عشرة فندقاً من صنف 5 نجوم

1- وزارة السياحة المغربية: http://www.tourisme.gov.ma/index_ar.htm

2 - برنامج التنمية المستدامة في المغرب، التنمية المحالية، متوفر في موقع : http://www.oasistafilalet.ma/ar/main.php?id=1

This is trial version
www.adultpdf.com

و1170 فندقا آخر ، منها 1100 فندقا تابعا للقطاع الخاص و 70 فندقا تابعة للقطاع العام، وجل الفنادق الخاصة ليست مصنفة، حسب وزارة السياحة.[1]

إن إستغلال ما يحدث في تونس ومصر لجلب السياح إلى الجزائر، أمر صعب المنال بحيث إنه لا يمكن توفير الهياكل السياحية بين يوم وليلة، التي سوف تأوي هؤلاء السواح، بالإضافة إلى القدرات الخاصة بالنقل، لا يمكن أن تغطي أعداداً كبيرة من السواح ب إختصار قدرات ضعيفة ، بالرغم من الإمكانيات الطبيعية والبشرية والمالية الهائلة.

هذا، وتشكل السياحة أحد أهم أعمدة الإقتصاد في تونس ، التي يتوافد إليها أكثر من سبعة ملايين سائح سنويا بينهم مليون جزائري ، وتراجعت العائدات السياحية خلال سنة (2011) بأكثر من 40 % مقارنة بعام (2010)، بحسب أرقام رسمية ، وخسرت مصر 2,27 مليار دولار من عائدات قطاع السياحة منذ الثورة المصرية، بحسب وزارة السياحة المصرية في حين أعلن الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء تراجع عدد السياح بنسبة 60% خلال سنة (2012)، مقارنة بالعام (2010)، في هذا الإطار الجزائر لا تعول على مشاكل تونس ولا مصر، ذلك لوجود سياسة سياحية مرسومة إلى آفاق (2030).[2]

وإذا كان إحتمال تغيير الأوروبيين وجهتهم من تونس أو مصر إلى الجزائر يبقى ضعيفاً، إلا أن الجزائريين المغتربين، خاصة في فرنسا الذين تعودوا على قضاء عطلة الصيف في تونس ، قرروا العودة إلى الجزائر بحيث إرتفعت حجوزات الجزائريين المغتربين 14 % مقارنة بسنة (2012)، وهذا يرجع إلى الوضع في تونس الذي أثر على السياحة الجزائرية بالإيجاب، وتحسن الوضع الأمني في الجزائر جعل السياح المتعودين على زيارة الجزائر يعودون.

إن القطاع السياحي في الجزائر يجد صعوبات كبيرة في إستقطاب السياح المحليين الذين يهجرون السواحل الجزائرية بإتجاه الشواطئ التونسية ، بسبب توفر أماكن الإقامة، و إنخفاض الأسعار وجودة الخدمات.

مّما سبق، فإن التنمية السياحية باتت مسألة على درجة عالية من الأهمية،آخذين بعين الإعتبار كافة العوامل الجاذبة للسياحة، من حيث الإهتمام بالأصالة وتوفير الخدمات السياحية بأسعار منافسة، وتوفير كل ما هو جديد، بالإضافة إلى ضرورة مشاركة الجماعات المحلية في الصناعة السياحية، سواءً في إستقبال السياح وتوفير الجو الآمن لهم ومعايشة التجربة السياحية، والتفاعل مع السياح، أو في مساهمة الجماعات المحلية في إدارة المواقع السياحية، وكذلك تفاعل الجماعات المحلية، والحفاظ على الصناعة السياحية من خلال الحفاظ على أصالة المواقع السياحية[3].

1- عبد الحفيظ دعماش **نحو إنتعاش السياحة الداخلية في الجزائر على خلفية أزمات دول الجوار**. متوفر على موقع: http://www.middle-east-online.com.

2- تصريح مدير عام الديوان الوطني الجزائري للسياحة لمجلة سواح ماي متوفر على موقع : http://www.sawah-mag.com/contactus.aspx .

3- سنوسي علي، **صناعة السياحة في ظل التنمية المستدامة المفاهيم**، التطور والأبعاد، مداخلة في الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق معهد العلوم الإقتصادية، المركز الجامعي للبويرة (2010) ص16.

This is trial version
www.adultpdf.com

خلاصة الفصل الثاني

مما سبق، يتضح أنه في الوقت الذي بات يحتل فيه قطاع السياحة مكانة هامة في بعض البلدان فإن مكانته في الجزائر لازالت دون المستويات المرجوة بالرغم من الإمكانيات السياحية الكبيرة، بحيث بقيت مكانته في السوق الدولي للسياحة جد ضئيلة رغم أنه تعرض لها في سنة (1966) في مثاق السياحة، وكل السياسات المتبعة من قبل المخططات الوطنية والسياسية ، لم تبرز السياحة في الجزائر كقطاع أساسي وفعال يساهم في تطوير و التنمية الشاملة للوطن ، ولكن هذا راجع إلى إعتماد الدولة الجزائرية على مداخيل البترول، والتي كانت تغطي إحتياجات الجزائر حتى سنة (1986) وهي سنة الأزمة البترولية للجزائر ، فهنا بدأت تفكر في موارد أخرى خارج المحروقات ، ومن أهم الموارد هي السياحة التي بإمكانها تحقيق رغبة سياسة الجزائر في البحث عن قطاع يمتص اليد العاملة، ويكون مورد آخر للعملة الصعبة.

إضافة إلى ذلك، تشكل المعالم الأثرية والحضارية المتواجدة بالجزائر أحد الأشكال السياحية الأصلية لكونها فريدة ومتميزة ، فهي تمثل مورداً إقتصادياً وإجتماعياً، هذا إذا أحسنت العناية به و إستغلاله لتمكين الجزائر من تنويع صادراتها والتسويق للمنتج السياحي، كأداة إدارية إذا أُحْسِنَ العمل به سيمكن من إنتقاء إستراتيجية تسمح بالنهوض بالقطاع السياحي، وترقيته للمساهمة في تحقيق النمو الإقتصادي والإجتماعي.

كما يلاحظ أن كل من تونس والمغرب استطاعتا أن تحققا نتائج إيجابية في الميدان السياحي إقليمياً ودولياً وصارت هذه الدول وجهة للعديد من السواح الأوروبيين، ومن الأمريكيتين، وهذا راجع للإستراتجيات السياحية المدروسة والسليمة، الموضوعة من طرف هذه الدول، والمتابعة المستمرة للمسؤولين عن إنجاز البرامج المسطرة.

This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

تمهيد الفصل الثالث

تسعى الجزائر ، للإرتقاء بالقطاع السياحي ، وجعله من مقومات الإقتصاد الوطني ، وبناء قطب سياحي متميز وجذاب للسياح، من أجل هذا كله أخ ذتْ على عاتقها بناء سياسة وإدارة سياحية حديثة بإعتبار أنَّ كل السياسات السياحية الجديدة، تستدعي تنظيماً وإدارة جديدة، فالتنمية السياحية في الجزائر تمر في الواقع بعملية ترقَوِية ، ترمي إلى تشجيع إقامة تفاعل بنَّاء بين الفاعلين الرئيسيين للتنمية السياحية بحيث تقوم الجماعات المحلية بتنفيذها على المستوى الجهوي والمحلي ، وتبقى الدولة المحرك للتنمية بموجب المساعي الرامية إلى إنشاء بيئة سياسية ، وقانونية مواتية ، وبرامج مُ عَّة لترقية النوعية ، والعلامة التجارية للوجهة الجزائرية الجديدة ، والفاعلين الإقتصاديين الحاملين للمشاريع المولِّدَة للموارد و للثروة، وللوظائف وكذلك المجتمع الذي يسهل التفاعل السياسي ، والإجتماعي، وذلك بتحفيز ومساعدة السكان على المشاركة في النشاطات السياحية، وتنمية ثقافة سياحية مَبنِية على مكاسب الحضارة الأصيلة.

وتسمح الإدارة السياحية، بضمان تنفيذ المشاريع في إطار شفاف ، وبرؤية متجانسة، والإنجاز التقني والإقتصادي المؤكد، بالإضافة للتوزيع الجديد للمهام بين المستثمرين العموميين والخواص ، وكذا التخطيط الجيد للأعمال في الزمان والمكان المحددين، وكل هذا يحتاج إلى أدوات تساعد على تطبيق السياسة السياحية في الجزائر آفاق (2013).

وسوف يتم معالجة هذا الفصل من خلال المبحثين المواليين:

- **المبحث الأول: السياسة السياحية في الجزائر؛**
- **المبحث الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية آفاق (2013).**

This is trial version
www.adultpdf.com

المبحث الأول: السياسة السياحية في الجزائر.

يُقصد بالسياسة السياحية، كل ما يتعلق بإتخاذ القرارات الخاصة بالإختيار بين الوسائل المختلفة التي يملكها المجتمع و توزيع المهام في المجال السياحي ، على كل من القطاعين الخاص والحكومة، حيث يتحمل القطاع الخاص الاستثمار وتكوين منتج سياحي تنافسي، بينما تتحمل الدولة مهام وضع إطار قانوني واضح وملائم للاستثمار ونمو صناعة سياحية عن طريق تحديد خطة تتمثل في بذل جهود ترقوية متميزة ومتزايدة باتجاه السياح والمستثمرين، وتكوين عمال القطاع السياحي، والحفاظ على مناطق التوسع السياحي.والبحث عن أفضل الطرق الموصِلة إلى تحقيق هذه الأهداف 1. كما تُعتبر مجموعة الإجراءات الحكومية التي تحدد معالم البيئة الإقتصادية، التي تعمل في ظلها الوحدات الإقتصادية الأخرى [2]، وهي عبارة عن مجموعة الأدوات، والأهداف الإقتصادية والعلاقات المتبادلة بينهما، والدولة هي المسؤولة عن إعداد وتنفيذ هذه السياسة .[3]وتهدف السياسة السياحية في الجزائر ، إلى المساعدة على إيجاد جو ملائم لتفعيل وِجهة الجزائر سياحياً، والمساعدة كذلك على بروز مشاريع سياحية في مختلف أقطاب السياحة للإِمتياز [4].

المطلب الأول: التحوُّل نحو القطاع السياحي في الجزائر

تندرج السياسة السياحية المعتمدة في سنة (2007) في تَثْمين المناطق والأقاليم، بالإعتماد على مؤهلاتها، وعلى أنشطتها مع تجنيد الفاعلين الذين يعيشون عليها ، وتستهدف السياسة السياحية تحقيق أهداف كبرى تتمثل في:[5]

- تحسين التوازنات الإقتصادية الكلية: التشغيل، والنمو، والميزان التجاري والمالي، والإستثمار؛
- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى القطاعات الأخرى : (الفلاحة، والصناعة التقليدية والنقل والخدمات، والصناعة، والتشغيل).

وإنطلاقاً من هذا، فإن السياحة أصبحت أولوية بالنسبة للإقتصاد الجزائري، إذ لم تعد السياحة خَيارًا بل أصبحت ضرورة، وتشكل مورداً بديلاً للمحروقات، بصفته مصدراً ناضباً خلال القرن الواحد والعشرين.

أولا: أهم الرهانات للتحول السياحي في الجزائر

تمتلك الجزائر مؤهلات سياحية متعددة ، تساعدها على تطبيق السياسة السياحية ، ونذكر منها: تراث طبيعي ثقافي، وتاريخي بساحل نوعي، يتوفر على مواقع إستثنائية يتعين تثمينها، كما تتوفر على مواقع

1- أحمد زكي بدوي، **معجم المصطلحات الإقتصادية**، دار الكتاب المصري، القاهرة، (1985)، ص 83.

2- نعمت الله نجيب وآخرون، **مقدمة في الإقتصاد**، الدار الجامعية، بيروت، (1990)، ص 441.

3- رضا العدل، **التحليل الإقتصادي الكلي والجزئي**، مكتبة عين شمس، (1996)، الإسكندرية، ص325.

4- **الإمتياز**: يعني الإتقان (الضبط والدقة والكمال) في العمل والإمتيازات تعني: مجموعة الحصانات، والإعفاءات، والتسهيلات التي يتمتَّع بها الديبلوماسيُّون وموظّفو المنظّمات الدَّوليَّة، -الإمتيازات الأجنبيَّة : السُّلطة التي تُمنَح إلى دولة أجنبيَّة في أرضٍ ما- مَنطِقة الامتياز : المَنطِقة أو الحدود التي ضمنها تكون الحصانة فاعلة.
أنظر المرجع :القاموس العربي من موقع: http://www.almaany.com .

5- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، **الكتاب1، تشخيص السياحة الجزائرية**، وزارة التهيئة الإقليمية والبيئة والسياحة، (2008) ص4.

This is trial version
www.adultpdf.com

حضرية، وقدرات غنية بأكثر من 200 نقطة للحمَّامَات المعدنية غير المستغلة، حيث تتطور بصفة تدريجية كسياحة الأعمال، إذ يتعلق الأمر بتنظيمها ومرافقتها والنهوض بها.

كما تمتلك عدَّة هياكل مادية في كامل إزدهارها، بحيث أرست مختلف برامج الإنعاش الإقتصادي التي أنجزت ، أو الجارية منها ، مثل مخطط دعم الإنعاش الإقتصادي [1] (2004/2011)، وكذا برامج تنمية الجنوب، والهضاب العليا، التي أطلقتها الجزائر، حركية من شأنها تشجيع النمو الإقتصادي المستدام للبلاد ، بحيث تستفيد الأنشطة السياحية بصفة مباشرة من إنعكاسات هذه البرامج الخاصة بإنجاز هياكل ومشاريع كبرى في ميدان النقل، بالأخص مثل (الطريق السيار، والسكك الحديدية، والمطارات والموانئ).

هذا، وتواجه الجزائر عدة رهانات من أجل التوجه للقطاع السياحي، من حيث إنعكاساتها على بقية الأنشطة وهي: [2]

1 -**الرِّهانات الإقتصادية**: بالإضافة إلى الموارد من وسائل الدفع الخارجي التي توفرها السياحة، وآثارها على ميزان المدفوعات، تؤثر السياحة على القِطاعات المنتِجة الأُخرى (الفلاحة، الصناعة التقليدية، العمارة والأشغال العمومية، الخدمات).

2 -**الرِّهانات حول التشغيل**: توفر السياحة مناصب تشغيل لأعداد كبيرة، من اليد العاملة في المناصب المباشرة وغير المباشرة، وهي وسيلة فعالة لإدماج عدد كبير من الشباب البطَّال في الحياة الإجتماعية والمهنية.

وتساهم على هذا الصعيد في الحد من الهجرة، ونزوح السكان، وخاصة من داخل البلاد نحو الساحل، كما تشكل من جهة أخرى فرصة ثمينة لدفع الحركيات الإقتصادية الإقليمية.

3 -**رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية** : تشكل السياحة أحد العناصر الأساسية ، لأي سياسة للتهيئة الجهوية، والتنمية المحلية للإقليم، إنْ لم تكن السياحة هي العامل الأول المهيكل للفضاء الجيو- إقتصادي. وأيضاً تُعتبر عامل تحسيس وتوعية بيداغوجية بالمبادئ المرتبطة بالبيئة، من خلال مساهمتها في التنمية المحلية ضمن منطِق إقتصادي يُثمِّن ويحافظ على الموارد المادية، وغير المادية.

وهكذا تتعارض السياحة المستدامة مع جميع أشكال التثمين التي يمكن أن تشكل تهديداً للبيئة.

4 -**الرِّهانات الثقافية**: تسمح السياحة كعامل إنفتاح وتبادل فيما بين الثقافات، بتثمين التراث الثقافي الغني المادي والروحي للبلاد، كما أنها أيضا عامل سلام، وحوار بين الثقافات.

5 -**رهانات الصورة**: تشكل السياحة عامل تحسين لصورة البلاد، وتساهم بقوة في تقويم وجاذبية وجهة الجزائر، وخاصة في ميدان الإستثمار ، والتدفق السياحي. ويكون تحسين صورة الجزائر السياحية بالخارج

---

1 – أقرَّت الجزائر هذا البرنامج من أجل تحريك عجلة الإقتصاد، وخلق ديناميكية إقتصادية تسمح بإزدهار الإقتصاد الجزائري. (أنفقت الجزائر ما يقارب الـــ (200) مليار دولار، في مشاريع البنية التحتية ، وبرامج تنمية المناطق الصحراوية ، وتطوير المنشآت التحتية ، والخدمات الإجتماعية في الفترة ما بين (2001 - 2008). أنظر جريدة الخبر على الموقع: http://www.elkhabar.com/ar/economie/295201.html .12-09-2013.

2 – المجلة الإفريقية للعلوم السياسية. http://bchaib.net/mas/index.php?option=com_content&view .

This is trial version
www.adultpdf.com

عبر التكثيف من الترويج ، والدِّعاية، وذلك إعتماداً على كل السُّبل ، والوسائل الناجعة لتحقيق المسعى ويعتبر تنظيم التظاهرات السياحية، والمشاركة في تلك التظاهرات المنظَّمة بالخارج، إحدى هذه الآليات.

ثانيا: التحديات التي تواجه التحول السياحي في الجزائر

الجزائر كغيرها من الدول تعيش، في سباق مع الزمن، تحاول فيه أن تحسِّن من إقتصادها بشكل مستمر وفي هذا السياق تواجه عدة تحديات تفرضها عليها بيئاتها الداخلية، والخارجية، وبالتالي أصبحت عرضة للصدمات المرتبطة (بالعولمة وبالطبيعة، والإقتصاد، ومنظمة التجارة العالمية، والإتحاد الأوربي والأيكلوجية) وإستحقاقات الأجيال الصاعدة، ومن أهم تلك التحديات ما يلي:

1 -على الصعيد البيئي

تتوفر الجزائر على خمسة أنظمة بيئية غنية ، ذات طبيعة مختلفة: السواحل، والسهوب، والجبال ونظام الواحات ، والنظام الصحراوي، وتشكل هذه الأنظمة على تنوعها وتراثها، إحتياطات هامة للتنوع البيولوجي تتوفر على مناظر ذات نوعية عالية، يتعين حمايتها في إطار التنمية المستدامة.

وفي هذا الشأن، هناك مجهود كبير يبذل من أجل إعادة التوازنات المفقودة ، منذ زمن في الأنظمة البيئية الخمسة الكبرى المشار إليها آنفاً، قصد إستعادة الأغطية النباتية المفقودة والمدمَّرة، بواسطة التعمير غير الملائم للطبيعة، وقدرتها الإستيعابية. ولقد تم إدراج حماية وتثمين الأنظمة البيئية في الخط التوجيهي رقم: (1) للمخطط الوطني للتهيئة الإقليمية [1] آفاق (2025)، بحيث تُبادر الدولة بالسياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة، وتُسَيَّرْ هذه السياسة بالإتصال مع الجماعات الإقليمية في إطار إختصاص كل منها وكذلك بالتشاور مع الأعوان الإقتصاديين.[2]

2 -على الصعيد الإقتصادي

تطمح الجزائر إلى إنفتاح إقتصادي في إطار مشروع الإنضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة والشراكة الأورو متوسطية، أو الإندماج الجهوي في القارة الإفريقية، كما تعمل على الإستفادة من الفرص المتاحة من طرف العولمة ، وخاصة من خلال تدفق الإستثمارات الأجنبية المباشرة في شكل رؤوس أموال وتكنولوجيا ومعرفة.

1- يقوم الخطّ التّوجيهي الأول الذي وضعه القانون، وهو إستدامة الموارد، على ثلاثة برامج عمل إقليمية تفيد الإقتصاد الأخضر، وهي: إستدامة الموارد المائية، المحافظة على التربة ومكافحة التصحر، حماية النظم الإيكولوجية .وقد ترجم تطبيق المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية بعدد من الإجراءات العامة التي تندرج في إطار الإقتصاد الأخضر فصدر عدد كبير من القوانين والأنظمة التي تهدف إلى تعزيز التنمية المستدامة وحماية الموارد الطبيعية وتثمينها . وأنشئت مؤسسات عامة مهمتها المساعدة على تصور سياسات للتنمية المستدامة وتطبيقها. فتأسس المرصد الوطني للبيئة والتنمية المستدامة، والمركز الوطني لتنمية الموارد البيولوجية، والوكالة الوطنية للتصرف في النفايات والمركز الوطني للتدريب البيئي، والمركز الوطني لتكنولوجيا الإنتاج الأنظف، وشبكة رصد نوعية الهواء. أما في مجال المياه، فتم إنشاء وكالة الحوض المائي والمكتب الوطني للصرف الصحي، والمكتب الوطني للري والصرف، والشركة الجزائرية للمياه الصالحة للشرب.أنظر المرجع: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ،الكتاب1، **مرجع سابق**، جانفي (2008).

2 – المادة رقم 2 من القانون رقم 1-20 المؤرخ في(12 ديسمبر 2001) الذي يتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، (**ج.ر عدد** 77).

This is trial version
www.adultpdf.com

فلا يمكن للجزائر أن تتجاهل الإتجاهات القائمة للعالم المعاصر، إذا ما أرادت عدم البقاء على هامش محافل الأمم، وحركة التقدم المتسارعة ، وأهم التحديات التي توجه التطور الإقتصادي في مجال السياحة وهي:

-الإتجاه نحو مراكز العواصم، طريقة جديدة لتنمية الأمم ومناطقها؛

-إقتصاد للمعرفة* كأهم قوة إنتاجية في القرن الواحد والعشرين؛

-النمو القوي للتعمير، والتغيرات المترتبة عنه؛

-إقتصاد عالمي شمولي؛

-التنمية المحلية.

3 -على الصعيد الإجتماعي

من وجهة النظر الإجتماعية، تتعلق التحديات التي يتعين مواجهتها بقدرة البلاد على تقديم منتجات سياحية متكيفةمع حاجيات الشباب، وتوفّر لهم وظائف دائمة وعائدات وتأهيل.

وفي هذا الإطار، تبقى المساهمة القوية للسياحة، إمكانية حقيقية ، وقائمة من خلال وجود فرص في ميدان تقديم منتجات سياحية مستهدفة من طرف الشباب، مثل السياحة الشاطئية، وسياحة الأعمال وسياحة المدينة، والسياحة العلاجية، والسياحة الثقافية من جهة، ومناصب العمل في إطار تكريس الأقطاب السياحية، وإنجاز قرى سياحية بإمتياز من جهة أخرى.[1]

4 -على صعيد الموارد البشرية

تتعلق التحديات الكبرى بإنجاز الأهداف التالية:

-تكوين وتأهيل مجمل شبكات وجهة الجزائر إبتداءاً من الإستقبال في التراب الوطني إلى غاية هندسة المشاريع المعقدة، مروراً بنوعية الخدمات على مستوى الوحدات السياحية؛

-توعية وتحسيس المواطن بالمشاركة في ترقية السياحة وروح الضيافة.

5 -على صعيد الطلب الوطني، والدولي المتكيف مع المعايير العالمية

تعتبر الجزائر الأقل تجهيزاً للعرض السياحي، بالنظر للطلب الكامن سواءً كان وطنياً (الجزائريون المقيمون أو الجزائريون غير المقيمين) أو دولي اً (الأجانب من أصول مختلفة) ، ويتعلق الأمر بالإستجابة لحاجيات الراحة، والترفيه للمواطنين، بالإضافة إلى الحاجيات الجديدة للزبائن الدوليين، بإعتبار أنّ مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة ، والحساسية الشديدة ، للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط

---

* إقتصاد المعرفة: هو الإقتصاد المعتمد على المعرفة حيث تحقق المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة ومفتاح المعرفة هوا لإبداع والتكنولوجيا بمعنى أن الإقتصاد يحتاج إلى المعرفة وكلما زادت كثافة المعرفة في مكونات العملية الإنتاجية زاد النمو الاقتصادي. أنظر المرجع: أحمد عبد الو نيس، مدحت أيوب ، **إقتصاد المعرفة**، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، القاهرة، (2006) .ص17.

1- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب1 **المرجع السابق**، ص 16.

This is trial version
www.adultpdf.com

الإنساني الأُخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، والموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بُنى أساسية وخدمات تكميلية.

6 -على صعيد المسؤولية الإجتماعية[1]

تسعى الجزائر إلى إكتساب الثقة ، و الإلتزام الحقيقي بمعايير التنمية المستدامة ، في ميدان السياحة المستدامة من أجل أنْ تدخل في نادي الفاعلين السياحيين المهنيين، والعصريين، وتصبح وجهة سياحية فعلية ويتطلب ذلك منها:

-السعى النوعي لفائدة المواقع ذات الأولوية ، التي تُختار كرموز تُبرهن على إنفتاح الجزائر على السياحة الدولية؛

-إحترام الوعود بالعقود في إنجاز مشاريع الإمتيازات ذات الأولوية؛

-إشراك السكان المحليين في النشاط السياحي.

7 -على الصعيد الثقافي

تدعم الجزائر تحولها السياحي، حول العديد من الأعياد المحلية التقليدية الثرية ، والمتنوعة مثل (المولد النبوي الشريف، والأعياد الدينية والوطنية، ...). وينصب المجهود على إبراز واسع للحدث المحدود، وتحويله إلى حدث ذو بعد كبير سواءً على مستوى الموضوع أو على مستوى الصورة، حدث يضمن صورة دائمة تبقى محفورة (خالدة) في ذاكرة الزائر.

المطلب الثاني: أدوات تنفيذ سياسة التنمية السياحية المستدامة في الجزائر

يكمن دور المؤسسات السياحية في تنفيذ السياسة السياحية ، الموضوعة من طرف السلطات وتختلف هذه المؤسسات من بلدٍ إلى آخر حسب درجة التطور به، وهذه المؤسسات تعمل كلها من أجل تنشيط وترقية السياحة، وبالنسبة للجزائر فإننا نجد الأجهزة التنظيمية التالية ، في إطار تنفيذ مخطط تنمية مستدامة للسياحة بالجزائر، وهي كالتالي:

أولا:وزارة السياحة والصناعات التقليدية[2]

نجد من بين مهامها مايلي:[3]

-السير العادي، والمنتظم للهياكل غير المركزية، وكذا المؤسسات، والهيئات العمومية الموضوعة تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية، وتَجنُّب الإختلالات في تسييرها؛

- الحفاظ على الوسائل، والموارد الموضوعة تحت تصرف القطاع، وعلى إستعمالها العقلاني والمحكم؛

1- المسؤولية الإجتماعية هي الإلتزام المستمر من قبل منظمات الأعمال ، بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الإقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل أنظر المرجع :

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) Meeting changing expectations:Corporate social responsibility,(1999),p 3

2- أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في(2010/10/20) المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها.

3- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat (2013): voir le : http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/InspectionGeneral.

This is trial version
www.adultpdf.com

-تنفيذ القرارات، والتوجيهات التي يتَّخذها وزير السياحة والصناعة التقليدية ومتابعتها؛

-تطبيق التشريع، والتنظيم المعمول بهما، والمعايير والتنظيم التقني الخاص بقطاع السياحة والصناعة التقليدية؛

-إحترام الهيئات الخاضعة لدفتر الشروط ، ولتبعات الخدمة العمومية أو المسيِّرة لها، للإلتزامات التي تعهدت بها؛

-تقترح كل التدابير، والتوصيات التي من شأنها تحسين تنظيم الهياكل، والمصالح موضوع التفتيش وعملها؛

-التعريف بالمنتج السياحي الجزائري، وتوجيهه وترقيته؛

-إنجاز المخططات التنموية السياحية، ومتابعتها؛

-تجسيد السياسة الحكومية في مجال السياحة.

ثانيا: الديوان الوطني للسياحة

وتتمثل مهمته في المشاركة في إعداد السياسة الوطنية الخاصة بمجال السياحة، وفي إعداد برامج ترقية السياحة، والسهر على تنفيذها، وبهذا الصدد فهو يُكلَّف خاصةً بما يلي:[1]

-جمع وتحليل، وإستغلال المعلومات، والإحصائيات المتعلقة بالترقية السياحية ، وعلى الخصوص تقييم نتائج الأعمال المقررة؛

-تنشيط وتطوير التبادلات مع المؤسسات، والهيئات الخارجية في ميدان ترقية السياحة؛

-المشاركة في التظاهرات الدولية المرتبطة بالسياحة المناخية، والحمامات المعدنية؛

-إنجاز أو تكليف من ينجز أي دراسة عامة أو خاصة ذات علاقة بهدفه؛

-المشاركة في ترقية السياحة، ومتابعة العمليات المعتمدة في هذا القطاع.

ثالثا:مؤسسات التكوين

إتخذت الجهات الوصية لقطاع السياحة في الجزائر ، إجراءات جديدة بعد مصادقة الجزائر على الخريطة الجديدة، للتكوين في المجال السياحي ، والتي تهدف إلى ضمان توزيع جوغرافي متجانس ، ومتناسق في التكوين، وفق الأقطاب السياحية، وتحسين الخدمات، إستجابة لطلبات الزبائن.

كما تم من خلال تطبيق هذه الخريطة تحديد فروع جديدة في التكوين الفندقي ، لا سيما في المهن وتحيين المعارف مع المستجدات الجديدة في السياحة ، وعصرنة التكوين ، وفق المقاييس المعمول بها دولياً.

1- الجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي رقم 90-409 مؤرخ في: 22 ديسمبر (1990) يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم: 88-214 مؤرخ في 31 أكتوبر (1988) والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه ، (ج.ر **عدد** 65) .

This is trial version
www.adultpdf.com

فالهدف من هذا المسعى، هو توفير تكوين ذي نوعية رفيعة مع الأخذ بعين الإعتبار إحتياجات سوق الشغل وتحسين الخدمات السياحية.[1]

وتوجد على مستوى الوطن أربع مؤسسات مختصة في التكوين السياحي[2]، بيانها نوضحه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم: 45

مؤسسات التكوين السياحي

المعهد	الطاقة	المستوى وفروع التكوين
معهد بوسعادة	300 مقعد	تقني سامي في الإستقبال، المطاعم والطبخ.
معهد تيزي وزو	300 مقعد	تقني سامي في الإستقبال، والمطاعم والطبخ، والحلويات، والإدارة الفندقية والسياحية.
ملحقة معهد تلمسان	80 مقعد	تقني سامي في الإستقبال، المطاعم والطبخ، والحلويات، والإدارة الفندقية والسياحية.
معهد الجزائر	100 مقعد	ليسانس في التسيير الفندقي والسياحي.

Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, La Carte de la Formation du secteur du Tourisme (2011).

بالرغم من توفر هذه المؤسسات التكوينية، إلا أنه لوحظ عدم كفاءة أداء هذا العرض التكويني ويرجع ذلك أساسا إلى العوامل التالية:[3]

- مضمون البرامج التعليمية المقدمة في مؤسسات قطاع السياح ة قديمة، ولا تناسب مع التطورات التي تؤثر على صناعة السياحة؛
- التأطير التربوي غير كافي من حيث الكمية والجودة.

وفي هذا الصدد يُنتظر إنجاز مشروع مدرسة وطنية عليا للسياحة جديدة آفاق (2015) بتيبازة ذات طاقة إستيعاب تقدر بـــ 1200 مقعد بيداغوجي ، وأخرى في عين تيموشنت بـــ 400 مقعد بيداغوجي. ويحتاج القطاع إلى حوالي 30000 يد عاملة مؤهلة جديدة في غضون (2014)، وتعتمد سياسة القطاع على برنامج التكوين الأولي إضافة إلى إعادة رسكلة المستخدمين ، لرفع مستوى الموارد البشرية ، وتحسين الخدمات في المجال السياحي ، وفي هذا الشأن تبرز مكانة المنظومة التكوينية في تثمين العنصر البشري ، في

1- تصريح وزير السياحة و الصناعات التقليدية لمجلة الوطني، حول إعداد خريطة تكوين جديدة في قطاع السياحة الوطني: يومية إخبارية وطنية جزائرية.
h ttp://elwatani.com/ara/permalink/5012.html 7- 09 -2013.

2- تخرج 4419 متربص، منهم 125 من المعهد الوطني للفندقة والسياحة بتيزي وزو وملحقة تلمسان، عام : (2013). بينما تخرج من المعهد الوطني للفندقة والسياحة لبوسعادة أزيد من 3500 تقني عبر 40 دفعة منهم 117 خلال (2013). وتم خلال هذه السنة أيضا توسيع مجال هذه المدارس وذلك تنفيذا للخريطة الجديدة للتكوين في المجال السياحي التي تنتهجها الوزارة. وفي هذا الإطار أصبح المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية بتيزي وزو معهداً وطنياً للفندقة والسياحة يكون تقنيين وتقنيين سامين في مختلف مهن السياحة والفندقة إستجابة للطلب الكبير على هذه التخصصات. كما رقي مركز الفندقة والسياحة ببوسعادة لتكوين التقنيين في مهن الفندقة والسياحة ليصبح كذلك معهداً وطنياً للفندقة والسياحة يكون تقنيين وتقنيين سامين. أنظر المرجع : http://www.ennaharonline.com/ar/algeria_news

3 – Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, La Carte de la Formation du secteur du Tourisme (2011).

This is trial version
www.adultpdf.com

قطاع السياحة، والتي تُعتبر إستثماراً إستراتيجياً في التكفل بحاجيات التنمية السياحية ، ورفع التحديات في تحسين مستويات التأهيل، والتكيف مع سوق العمل، ونظراً للطلب المتزايد في مجال التكوين، في مهن السياحة فإن الجهات الوصية تُركز على تنفيذ برامجها التكوينية على المؤسسات التابعة لها ، وكذا على أزيد من 100 مركز يشرف عليها قطاع التكوين والتعليم المهنيين ، في إطار اتفاقية الشراكة المبرمة بين الوزارتين[1].

وتسمح الإتفاقية، بوضع مخطط عمل قصد مرافقة جهد التكوين في قطاع السياحة ، والصناعة التقليدية، وذلك عن طريق فتح تخصصات في مهن السياحة ، والصناعة التقليدية على مستوى مؤسسات التكوين المهني ، وضمان تحسين مستوى ومتابعة الموارد البشرية، لاسيما من خلال مطابقة البرامج البيداغوجية للتكوين والمصادقة على الشهادات، والتكوين والمتابعة البيداغوجية للمكوّنين، وتوحيد مدوّنة المهن في مجال السياحة والصناعة التقليدية وإعتماد المكتسبات المهنية[2].

رابعا: الوكالة الوطنية للتنمية السياحية [3]

وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي ، وتجاري وتتمثل مهامها الرئيسية في تنشيط ، وترقية وتأطير الإستثمارات السياحية ، في إطار السياسة الوطنية للتنمية السياحية ، والتهيئة العمرانية ، وذلك عن طريق:[4]

-القيام بالدراسات ، وأشغال تهيئة الأرضيات المخصصة لإستقبال مشاريع سياحية داخل مناطق التوسع السياحي، وحول المنابع الحموية؛

-تحديد الأولويات الواجب إتخاذها من أجل تنمية الإستثمارات في المجال السياحي ، حسب السياسة الموجهة للتنمية؛

-القيام بإقتناء الأراضي الضرورية لإنشاء الهياكل السياحية داخل مناطق التوسع السياحي والأماكن السياحية، وحول المنابع الحموية؛

-السهر على المؤسسات ، والهيئات المعنية بالتسيير العقلاني للأماكن الضرورية لتحسينها ، وتحديثها وتوسيعها؛

-القيام بعمليات ترقية الأماكن المخصصة لإستقبال الإستثمارات السياحية داخل الجزائر وخارجها؛

-الحرص على حفظ وصيانة المرافق، والتجهيزات المشتركة أو تكليف من يقوم بذلك؛

---

1 - جريدة النهار : تصريح لوزير السياحة الجزائري ، 11-10-2013: http://www.ennaharonline.com/ar/world_news/index.1.html .

2- وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية: (إتفاقية الشراكة، التكوين المهني و السياحة). http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/actualite.

3 - تم إنشاء الوكالة بمرسوم تنفيذي رقم: 70-98 المؤرخ في 21 فيفري (1998)، (ج. ر عدد: 11) وتتمتع بالشخصية المعنوية المستقلة ماليا، وتعد الأداة الرئيسية المتخصصة، والمسؤولة عن التسيير، التنمية، الحفاظ والاستغلال العقلاني للعقار السياحي وعليه فهي العامل الأساسي المكلف بتطبيق السياسة الوطنية للتنمية السياحية المستدامة.

4- الجمهورية الجزائرية ،وزارة السياحة، الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، تقرير حول مهام الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، 18/17 مارس (2002)، ص 2.

This is trial version
www.adultpdf.com

- السهر على حماية مناطق التوسع السياحي، والحفاظ عليها.

ويهدف برنامج الوكالة إلى: [1]

أ. وضع آليات للتحكم في إستغلال العقار السياحي ، وإنجاز المخططات الضرورية لشغل الأراضي المخصصة للمشاريع السياحية؛

ب. تمكين السلطات العمومية من السهر على المحافظة على المناطق السياحية.

خامسا: الدواوين المحلية للسياحة

يفوق عدد الدواوين السياحية[2] بالجزائر 150 ديوانًا، منها من ينشط ومنها من توقف عن النشاط لأسباب مختلفة، والجهات الوصية تعمل على تأسيس مزيد من هذه الدواوين عبر مختلف مناطق الوطن[3].

وهي مكلفة بـــ:

- المساهمة في حماية، وحفظ المواقع السياحية الطبيعية والتاريخية؛
- التنسيق، والتبادل مع الدواوين المحلية الوطنية، والأجنبية؛
- إعلام السياح، وتنظيم الرحلات السياحية؛
- عرض خدمات المرشدين المحليين؛
- المشاركة في إحياء الأعياد المحلية.

سادسا: الجمعيات السياحية

تتمثل مهمتها في الدعم لتطوير كافة الجوانب، والمتطلبات السياحية لتشارك الجهات المدنية والقطاع الخاص، والجهاز الحكومي الذي سيأخذ دور الداعم في إحداث تنمية سياحية مستدامة.

بالإضافة إلى التركيز على مجالات التسويق ، وفق الإحتياجات والأهداف، وتتولى تلك الجمعيات تنظيم أنشطة المناسبات والمهرجانات الرامية إلى إثراء السياحة كمنتج ترتكز عليه المنطقة.

ويتم التأطير بواسطة الحركة الجمعوية عن طريق: [4]

- الإتحادية الوطنية لدواوين السياحة المحلية؛
- الإتحادية الوطنية لوكالات السفر؛
- جمعية حماية المواقع والحظائر؛
- الإتحادية الوطنية للفندقيين؛
- جمعية المرشدين السياحيين.

---

1 – الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، **مرجع سابق** ص6.

2– الديوان المحلي للسياحة هو جمعية سياحية محلية من أهدافها الإهتمام بالسياحة ، والآثار، والصناعات التقليدية والحرف والتراث المحلي الثقافي والديني .

3 – Conseil national Economique Et Social: Rapport Sur « **La Configuration Rencontre Nationale des Offices de Tourisme ,Ministère du Tourisme** et de l'Artisanat، setif ،(2012).

4 –Conseil National Economique Et Social: **Rapport Du Foncier En Algérie :Une Contrainte Au Développement Economique** ،imprime au cens، Alger، (2004) p 80 .

This is trial version
www.adultpdf.com

سابعا :مديريات السياحة والصناعات التقليدية[1]

تتواجد على مستوى كل ولاية من ولايات الجزائر مديرية للسياحة والصناعات التقليدية، وهي مكلفة بالمهام التالية:[2]

- إدماج النشاطات السّياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم، والعمران، وتثمين مناطق، ومواقع التّوسع السّياحي؛
- المساهمة في تحسين الخدمات السّياحية، لا سيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السّياحي؛
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين ، وتطلعات السواح في مجال الراحة ، والإستجمام والترفيه ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم ، بعنوان صندوق الإستثمار وترقية ، وجودة النشاطات السّياحية؛
- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السّياحية، والحمامات المعدنية، وتقويم نتائجها؛
- جمع وتحليل، وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع، في مجال المعلوماتية، والمعطيات الإحصائية؛
- توجيه مشاريع الإستثمار السّياحي، ومتابعتها بالإتصال مع الهيئات المعنية؛
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية، والفضاءات الوسيطة، والحركة الجمعوية التي تنشط في السّياحة على المستوى المحلي، والمشاركة بالإتصال مع القطاعات المعنية في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى، وتجديد المعارف، وتثمين الموارد البشرية؛
- المساهمة في إنشاء محيط ملائم، ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية؛
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية؛
- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلّق بالنّشاطات السّياحية؛
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوّعة، وذات نوعية.

وفي مجال الصناعة التقليدية : إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية، والمبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية والمساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية ، والحا فظة عليه ورد الإعتبار له ، والسهر على تطبيق و إحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج ، وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية، والمشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا

1- أنشئت مديرية السياحة بموجب المرسوم التنفيذي رقم: (2000-376) المؤرخ في 22 نوفمبر (2000) بعد أن كانت مفتشية للسياحة والصناعة التقليدية ، وتم تعديل المرسوم تحت رقم : 05-216 المؤرخ في: 11جوان (2005) و المتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية ، وبموجب المرسوم التنفيذي رقم: 10-257 المعدل للمرسوم السابق الذكر والمؤرخ في 20 أكتوبر (2010). ثم إصدر قرار وزاري مشترك مؤرّخ في 20 مايو (2012) يحدد تنظيم مكاتب مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولايات.

2 –Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. voir le : http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/Administration.

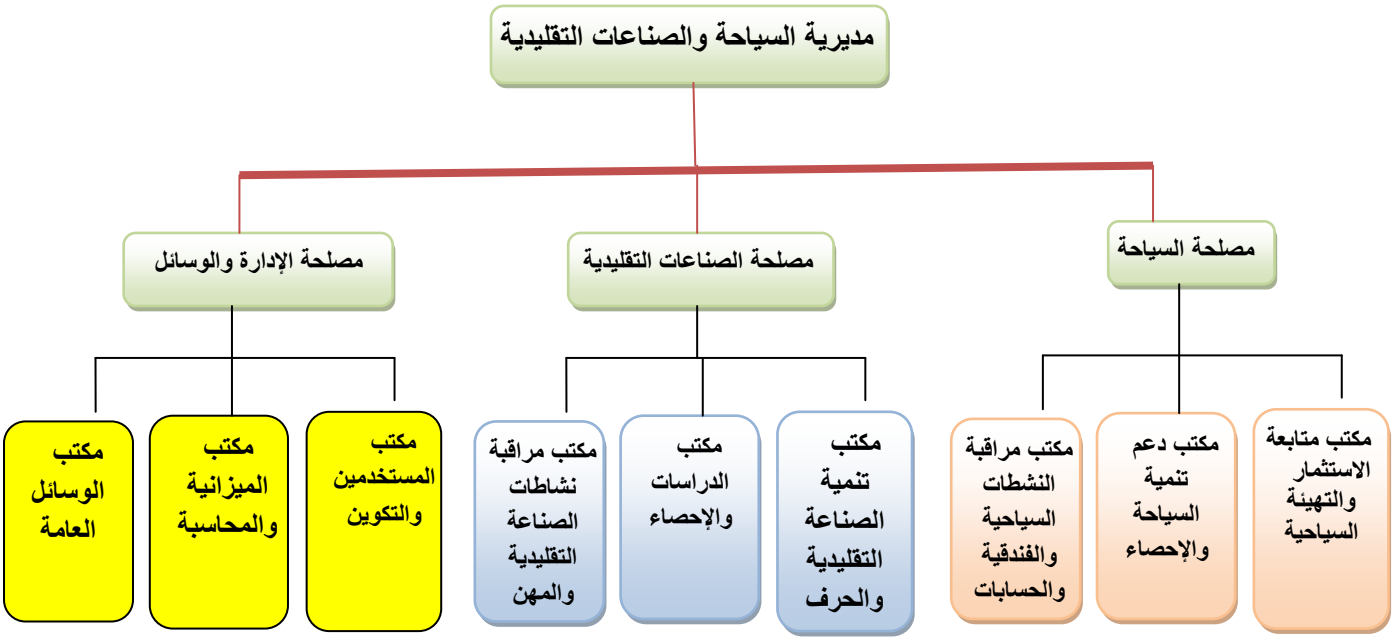
This is trial version
www.adultpdf.com

والمشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية، وتدعيم أعمال المرظمات، والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطه.

والشكل التالي يبين الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية:

الشكل رقم: 41

الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية في الجزائر



Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat.
http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/Administration

ثامنا: الوكالات السياحية[1]

العدد الإجمالي لوكالات السياحة والأسفار ، المتواجدة على مس توى الجزائر 900 وكالة حسب الأرقام التي أوردتها الجهات الوصية عام (2012)[2]، ولها عدة أنشطة، نذكر منها:

- بيع تذاكر النقل البري، والبحري، وخاصة الجوي؛
- بيع المنتجات السياحية؛
- تأجير السيارات للسياح.

1- أنظر القوانين التالية التالية:

- مرسوم تنفيذي رقم: (2000-48) مؤرخ في أول مارس: (2000) يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار وإستغلالها. (**ج ر عدد:** 10).
- مرسوم تنفيذي رقم: (10-186) مؤرخ في 14 يوليو (2010) يعدل ويتمم المرسوم تنفيذي رقم: (2000-48) مؤرخ في أول مارس (2000) الذي يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها. (ج.ر **عدد** 44).
- مرسوم تنفيذي رقم 11-10 مؤرخ في 20 يناير (2011)، يتعلق بتمديد أجل امتثال وكالات السياحة والأسفار للتنظيم الجديد. (ج.ر **عدد** 04).
- قرار مؤرخ في 26 فبراير (2001)، يحدد مميزات المنشآت المادية الخاصة بوكالة السياحة والأسفار. (ج.ر **رقم** 18).
- قرار مؤرخ في أول مارس (2011)، يحدد خصائص رخصة استغلال وكالة السياحة والأسفار. (ج.ر **عدد** 22).
- قانون رقم 99-06 مؤرخ في 4 أبريل (1999)، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السّياحة والأسفار .(ج ر **عدد 24).**

2- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat voir le : http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/Administration.

This is trial version
www.adultpdf.com

المطلب الثالث: المنتجات السياحية، والقطاعات الواجب تنميتها

بالنظر إلى تجارب بعض الدول المغاربية، يمكن القول بأن تونس مثلاً إختارت التوجه نحو السياحة الشاطئية، بما فيها وما عليها، أما المغرب فقد توجه أساساً نحو سياحة المهرجانات.أما الجزائر فهي بصدد التوجه نحو نمط متنوع ، يشمل عدة منتجات سياحية، فالسياحة في الجزائر متنوعة . وليس لديها مشكل الموسمية فهي تتوفر على سياحة شاطئية لمدة ثلاثة أشهر بفضل 1200 كلم شريط ساحلي، وتتميز بالسياحة الجبلية والتي لا تحتاج إلى إستثمار ضخم، وإنما هياكل فندقية مواتية في إطار الحفاظ على البيئة خاصة في الجبال والغابات، ولها أيضا السياحة الحموية بفضل إنتشار الحمامات الطبيعية في المدن الداخلية ، ومن المعلوم أن الجزائريين، خاصة كبار السن يميلون إلى هذا النمط، وتتوفر أيضا على السياحة الصحراوية بشساعة وتنوع مناظرها ، مما يجعل من الصحراء رائدة، وتستقطب السائح الأوربي بقوة وهي سياحة إنتقائية، عكس السياحة الشاطئية التي هي جماهيرية، فنمط التوجه السياحي في الجزائر هو مزيج بين هذه الأنواع الأربعة، وخلط بين السياحة الإنتقائية في الصحراء، والجماهيرية في الشواطئ.

أولا: المنتجات الواجب تنميتها

تتمثل المنتجات الواجب تنميتها في الجزائر في ما يأتي:

1 – **التوجه نحو السياحة الشاطئية:** من خلال الإهتمام بالمناطق السياحية "المخطط الأزرق"[1]، (عنابة، وجيجل بجاية، بومرداس، الجزائر، تيبازة، مستغانم، عين تموشنت وتلمسان).

والجدول التالي يبين أهم الإجراءات التي تمت من أجل تنمية السياحة الشاطئية:

الجدول رقم: 46

سياحة الإستجمام الساحلية والمتوسطية

المواضيع	الأعمال
منتجات الشاطئية.	– تنظيم وتنشيط نوادي الأطفال والأنشطة المتنوعة على شاطئ البحر.
الإقتراب من البيئة.	– طرق إكتشاف تلال الرمال، وإنشاء مراكز التعليم البيئي ؛ – بيوت خاصة (العصافير، والأسماك، والحشرات....)؛ – تنظيم الأقسام الخضراء.
الخدمات للسكان المحليين والسواح.	– عرض المطاعم، والتجارة (الهدايا، وتجهيزات الشواطىء، والألبسة...) – دور الحضانة المجانية ومراكز النجدة.
العرض المائي.	– مرافئ اليابسة، والمناطق التجارية، والنوادي، وتأجير السفن .

المصدر : المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب2 الحركيات الخمس

وزارة التهيئة الإقليمية البيئة والسياحة الجزائر، جانفي (2008)، ص11.

1 – يتضمن "المخطط الأزرق" إجراءات خاصة بتأمين الطرقات والتقليص من حوادث المرور كالتكثيف من عدد الدوريات المتنقلة ، وحواجز المراقبة الثابتة مع تفعيل الإجراءات الردعية خاصة في حق مرتكبي المخالفات الخطيرة علاوة على تعزيز تبادل المعلومات مع مختلف المصالح الأمن. أنظر المرجع،جريدة المساء يومية إخبارية جزائرية: http://www.el-massa.com/ar/content/view/48439/38.

This is trial version
www.adultpdf.com

بالرغم من إمتلاك الجزائر على 357 شاطئ، على طول الشريط الساحلي صالحة للسباحة ، ومفتوحة أمام المصطافين، إلا أنها لم تُستغل إستغلال رشيداً، و في الواقع قامت الجهات الوصية بمحاولة إستغلال الشواطئ، وتجهيزها بالمرافق الضرورية ، لراحة و إستجمام المصطافين، وذلك وفق دفتر شروط مضبوط يضمن حقوق المتعاقدين ، ويحمي المصطاف، لكن رغم ذلك هناك بعض الصعوبات ، التي تواجه السياحة الشاطئية من بينها قلة الأمن في الشاطئ، وإستغلال بعض الشباب للشواطئ بطريقة غير إحترافية،[1] بدون أية رخص لممارسة نشاطهم في الشاطئ ، وعدم الإهتمام بالمخيمات العائلية، وفي هذا الخصوص نرى من الضرورة الإستعانة بالمخيمات العائلية، لأن السياحة الشاطئية ليست إقامة بالفنادق فقط، بل هي إستجابة للطلب المتزايد، ولا يجب الإستعلاء على هذه المخيمات ، أو الإستهانة بهذا النوع من هياكل الإستقبال الخفيفة فهو يلقى رواجاً، وإقبالاً عالمياً كبيراً، خاصة إذا جهزت بتجهيزات الراحة المتطورة.

2 -**التوجه نحو السياحة الصحراوية** : أصبح الرهان على السياحة الصحراوية، بحكم تفضيل السواح الأوروبيين زيارة الصحراء الجزائرية الشهيرة بكونها الأجمل في العالم، إذْ تتموقع في المركز الثاني وراء صحراء إيطاليا تبعا لما تحتويه من تراث أثري ، وفسيفساء طبيعية، وتتمثل الخطوط الكبرى في تنظيم عديد المهرجانات والفقرات السياحية التي تجمع بين الإقامة ، والتنقل ، والتسلية، ناهيك عن حملات مكثفة لإستغلال كافة المجالات السياحية في الجزائر ، بما فيها السياحة الثقافية ، والبيئية ، والرياضية ، والصحراوية للإرتقاء بمنظومة العرض السياحي الجزائري، وتجاوز نقائص ظلّت قائمة لسنوات مثل: قلة المهرجانات ، وتدني نوعية الخدمات.[2]

لقد سعت الجهات الوصية منذ سنة (2005) إلى تطبيق برنامج تنموي ، يجعل من السياحة الصحراوية مورداً أساسياً للإقتصاد الوطني، ولاسيما التنمية المحلية لمناطق الجنوب التي تزخر بثروة سياحية هائلة، إلا أن هذا التوجه عادة ما يصطدم بالعديد من العوائق لعل أبرزها:بيروقراطية تسيير هياكل القطاع،ومشاكل العقار،وتدني الخدمات، وعدم كفاءة المورد البشري، إضافة إلى المشكلات المرتبطة بمخاطر عدم توفر الأمن في بعض المناطق. وعليه فإن السياحة الصحراوية في تراجع مستمر، فعلى سبيل المثال: عدد السياح الوافدين إلى منطقة تمنراست لم يتعدّ 643 سائح منذ بداية (2013) مقابل 807 سائح زاروا المنطقة (2012).[3] تتراجع عدد السياح وفقدان أكثر من 100 سائح، بما نسبته 35,5%، جعل وكالات السياحة والسفر الناشطة بالمنطقة والمقدر عددها بنحو 79 وكالة تستنجد بالسلطات الوصية لأجل إنقاذها من وضعيتها المنكوبة خاصة بعد الإضطرابات التي عرفتها منطقة تيقنتورين شهر جانفي (2013) والتي أثرت على السياحة الصحراوية.

---

1 – إن خدمة المصطافين لا تقتصر على مظلة وكرسي بالشاطئ، وإنما الخدمات الشاطئية تتعدى ذلك بكثير، فيجب أن يلتزموا بالإحترافية ويخلقوا مرافق حقيقية للراحة والإستجمام للمصطاف.

2– ياسمين بوعلي، السياحة الجزائرية لم تحقق نتائج إيجابية، مجلة الوسيط: 2013/08/05 http://www.elwassat.com .

3– وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية. http://www.mta.gov.dz/site_relooke/fr/index.php.

This is trial version
www.adultpdf.com

3 -**التوجه نحو سياحة المدن ، والأعمال:** بدء الإهتمام بسياحة الأعمال بصفة تدريجية، و يتعلق الأمر بتنظيمها، ومرافقتها، والنهوض بها ، بحيث تتوفر الجزائر على مواقع حضرية، وقد بادرت الجهات الوصية إلى إعداد مخطط السياحة المدنية حول المدن الكبيرة مثل عنابة، وقسنطينة، والجزائر العاصمة، وهران وغرداية ويعد هذا النوع من السياحة، مورداً معتبراً لدى البلدان السباقة في التجربة السياحية، كالولايات المتحدة الأمريكية وإسبانيا وغيرهم، من خلال الحركية الواسعة التي يعرفها، وجلب العملة الصعبة. والجزائر اليوم تسعى لتنمية هذا المنتج المهم، نظراً لما يعرفه البلد من تزايد كثافة النشاطات الإقتصادية، والإجتماعية وكذا الإنفتاح الذي تعرفه الجزائر، وتوسع العلاقات مع الخارج.

4 -**التوجه نحو السياحة الصحية والعلاجية** : تتوفر الجزائر على أكثر من 200 منبع حموي، إلا أن طاقة الإستقبال لهذا النوع من السياحة تبقى ضعيفة جدًا، فبالرغم من وجود 08 محطات حموية، منها واحدة فقط مختصة في المعالجة بمياه البحر وهي محطة سيدي فرج[1]، غالبا ما تكون مكتظة على مدار السنة، بسبب الطلب الداخلي المتزايد عليها، وعليه فإن تنمية الحمامات المعدنية، والمعالجة بمياه البحر والإستحمام البحري وفضلا على أثارها الإقتصادية، تساهم في تحسين صحة المواطنين، وبالتالي في تخفيض نفقات الصحة العمومية.

5 -**التوجه نحو السياحة الدينية و الثقافية:** تعد الجزائر واحدة من البلدان الغنية ، بموروثها الثقافي فهي متحف للتراث هذا الأخير الذي يستوجب إستثماره بطريقة مثلى، علماً أن السياحة الآن ، وفي معظم دول العالم أصبحت تتجه أكثر فأكثر إلى الخصوصية الثقافية، ومن هذا المنطلق تبنت العديد من الحكومات في جميع أنحاء العالم ، السياحة الثقافية كأحد أهم عناصر السياسات العالمية، وأصبحت تمثل حوالي 37% من إجمال سوق السياحة الدولية ، أي ما يوازي ثلث إجمال النشاط السياحي العالمي ، و بالإضافة إلى أن هذه السياحة تنمو بمعدل 5% عبر دول العالم .[2] والسياحة الثقافية تعتمد على مكونات التراث الثقافي بشقيه المادي، وغير المادي ، ولقد تطورت العلاقة بين الثقافة والسياحة ، وبرز ذلك أكثر من خلال تفعيل دور المواقع الأثرية مثلا وإشراك سكان المناطق المجاورة في هذه السياحة مثلا كما حدث في مهرجان جميلة[3] سنة (2013).

1- محطة سيدي فرج، يتوفر المركز على حوالي 300 سرير يوظف 270 عاملا من أطباء وشبه طبيين وممرضين وعمال مكلفين بكل الخدمات الفندقية إلى جانب مختص واحد في إعادة التأهيل الحركي. ويقدم المركز خدمات علاجية (مقبولة) حيث يستقبل مختلف الزبائن من بينهم فئة المعوقين ، والمصابين بأمراض المفاصل إلى جانب سواح ومواطنين آخرين راغبين في قضاء عطلتهم على مقربة البحر ، والاستفادة من فترة نقاهة، واستجمام، والعلاج أيضا، أنظر المرجع مجلة جراييس يومية إخبارية جزائرية: http://www.djazairess.com .

2-إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة (2012): www2.unwto.org/ar .

3- مهرجان جميلة السنوي بولاية سطيف تتزين مدينة جميلة للحدث وتدب الحياة فيها بفعل فعاليات المهرجان الفني الذي ينشطه نجوم الغناء الجزائري والعربي فتتوافد حشود الجمهور الذين هم سواح ، كذلك ليضفو على المدينة جوا من الحيوية ففي مدينة جميلة انتعشت السياحة مؤخراً، وظهر فيها الحرفيون والرسامون يقدمون نشاطهم للجمهور ويروجونه، وتأمل مناطق أخرى من الوطن في أن تستحدث مناسبات وتستغل أماكن وذكريات تاريخية وفنية لإنعاش قطاعي الثقافة والسياحة معا .أنظر المرجع : مجلة جراييس يومية إخبارية جزائرية. http://www.djazairess.com/economics .

This is trial version
www.adultpdf.com

6 -**التوجه نحو السياحة الرياضية** ، لتثمين النشاطات ذات القيمة المضافة العالية: الغولف، والرياضات المائية وهذا النوع موجه بصفة خاصة للشباب، وإلى السياح الذين يبحثون عن الراحة والرفاهية[1].

وفي هذا الخصوص يمكن تطوير عدد من النشاطات السياحية لصالح الشباب، والفرق الرياضية والسائحين الأجانب، من خلال: السياحة المناخية، وسياحة الصيد، وسياحة الصيد البحري، والغوص في أعماق البحار، وسياحة المتعة، والرحلات البحرية.

مما سبق، نستطيع القول بأن الجزائر تطمح لتكون في المستقبل ، وجهة سياحية بديلة، وجذّابة على مستوى البحر الأبيض المتوسط ، لكن ينبغي الإشارة إلى أن المؤهلات السياحية كمادة خام ، لا تكفي لوحدها للجعل من أي بلد في العالم مقصد سياحي منافس ، وهذا هو حال كل الدول المتقدمة سياحياً بحيث هي اليوم تجني ثمار تنفيذ برامج عمل واسعة منذ 30 و40 سنة، لتحويل المؤهلات من مادة خام إلى عروض سياحية تتماشى ومتطلبات وميولات ، ومستجدات الطلب السياحي . وهذا ما تحاول الجزائر القيام به من خلال إعتماد خطط إستراتيجية تنتهج تنويع الفروع ، والمنتج ليكون متفاعل، وتركيز الجهود على بعض الوجهات المؤكدة والواعدة .

ثانيا: القطاعات الواجب تنميتها

من بين إهتمامات التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ، وضع إستراتيجية لتطوير مجال الإتصال والتكوين.

1 - **الإهتمام بقطاع الإتصالات** : الرأي العام، في أي جماعة إنسانية، هو أعظم قوة مؤثرة في الحياة اليومية لهذه الجماعة، فهو الذي يصنع القوانين أو يلغيها، وهو الذي يصنع المقاييس الإقتصادية والإجتماعية، والخلقية، ويحطمها.

بحيث أصبحت غالبية الدول، ومهما كانت توجهاتها الإيديولوجية ، والسياسية، تولي أهمية بالغة لتنمية السياحة، وتُخصِص لها ميزانيات معتبرة في إطار برامج تنموية لهذا القطاع، يحتل فيها جانب الإتصال بمفهومه الواسع مكانة محورية.

ومن جهة أخرى، وفي ظل المنافسة، أصبحت الدول الرائدة في السياحة لا تكتفي بنوعية ونجاعة عروضها السياحية، لإرضاء الطلب العالمي، بل راحت تسطر لها برامج إتصالية وترقوية، وترويجية واسعة المجال حتى يتم إيصال المعلومة إلى المستهلك ، في الوقت المناسب بالطريقة التي تمكّن من إغرائه. في هذا الباب بالذات، فإن الجهات الوصية تولي إلى النشاط الإتصالي الترقوي أهمية خاصة، ولكن في نفس الوقت لا تَعْتبر هذا النشاط غاية في حد ذاته بقدر ما هو إلاّ وسيلة لتحقيق أهداف محددة، وفق عوامل التطور السياحي على المستوى الداخلي والخارجي.

1- الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، **تصور تطوير السياحة للعشرية (2004 - 2013)**، ص4.

This is trial version
www.adultpdf.com

ومن أهم هذه الأهداف نذكر بالخصوص:[1]

- إعادة إكتساب الحصص التي خسرتها الجزائر في أسواقها التقليدية، خلال العشرية السوداء؛
- البحث عن أسواق جديدة متلائمة مع العرض السياحي الجزائري ، بهدف تكثيف التدفقات السياحية إلى الجزائر؛
- التعريف بمقومات الجذب السياحي الجزائري ، لفرض صورتها تدريجيا كمقصد سياحي بديل في المستقبل؛
- التعريف بالسياسة الجديدة لتنمية السياحة بالجزائر وشرح فرص الإستثمار بها؛
- المساهمة في النشاط الإعلامي والإتصالي ، التي تقوم به السلطات العمومية ، بهدف إعادة الإعتبار لصورة الجزائر بالخارج؛
- العمل على تخصيص للسياحة بالجزائر، مقالات "وروبورتاجات" [2] خاصة بها على مستوى الجرائد والمجلات، والقنوات التلفزيونية ذات الطابع العام، أو المختص في داخل وخارج الوطن؛
- السعي إلى تكثيف تنظيم الرحلات الإستكشافية ، لصالح وسائل الإعلام الوطنية ، والدولية للتعرف على مؤهلات السياحة بالجزائر، وآفاق تنميتها؛
- تنظيم أو المساهمة في تنظيم بعض الأحداث السياحية بداخل الوطن ، و إستغلالها إعلاميا وفي مجال الإتصال السياحي؛
- المشاركة في أكبر التظاهرات ، والمواعيد السياحية العالمية ، التي تحضرها المئات من وسائل الإعلام الدولية؛
- دعم الحركة الجمعوية حتى تكون إمتداد للعمل الإتصالي المحلي، في مجال السياحة؛
- تصميم وإنجاز دعائم إعلامية وترقوية ، والعمل على تقريبها من المواصفات ، والتقنيات الإتصالية الحديثة وتوسيع توزيعها في داخل وخارج الوطن.

إنَّ هذه الأهداف ليست جامدة ، بل قابلة للتلاؤم مع مستجدات النشاط السياحي ، و يعتبر مجال الترقية والإتصال ، محور أساسي في إستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة إلى آفاق (2014) إلى جانب مجالات الإستثمار والتكوين، وتأطير النشاطات السياحية ، وقد سطرت الجهات الوصية من خلال هذه الإستراتيجية، عدة عمليات لدعم النشاط الإتصالي والترقوية، للرفع من مستوى نوعيته

1- الجمهورية الجزائرية وزارة السياحة، مديرية التعاون والاتصال، مداخلة بعنوان **الاتصال في السياحة**، اليوم الإعلامي والتوجيهي مع المنتخبين بولاية بومرداس 02 جوان (2004)، ص5.

2- **ريبورتاج**: يشير أحيانا إلى مجموعة من إجمالي التغطيات الإعلامية لموضوع معين أو واقعة، بما فيها من أخبار وتحليلات . والريبورتاج هو أشبه بالتقرير، سواءاً كان مرئياً أو مقروءاً أو مسموعاً .يتم دمج الخبر فيه بالوثائق بالمعرفة بالإستفهامات والأسئلة بالمقابلة. أنظر المرجع: http://www.forum.topmaxtech.net/t54027.html

This is trial version
www.adultpdf.com

ومردوديته فيما يخص جلب السواح والمستثمرين، ومن أهم هذه العمليات نذكر:[1]

- إعادة هيكلة الديوان الوطني للسياحة، حتى يؤدي الدور المنوط به، في مجالات الترقية على أحسن وجه؛
- فتح تمثيليات للسياحة الجزائرية ، على مستوى أهم الأسواق السياحية العالمية ، من أجل مواجهة المنافسة على أرض الميدان؛
- تصميم وتنفيذ حملات إتصالية واسعة النطاق على أُسس ومقاييس إحترافية معمول بها دولياً؛
- تكثيف المشاركة الفعالة للسياحة الجزائرية كمًا ونوعاً ، في المحافل والتظاهرات الدولية المتخصصة.

هذا، وتم خلال سنة (2012) إطلاق إستراتيجية إتصال في مجال التسويق السياحي أعدَّتها الجزائر بالشراكة مع الإتحاد الأوروبي بالنسبة للسنوات ال — 15 المقبلة بهدف ترقية وجهة الجزائر ، وهذه الإستراتيجية تم إنجازها من قبل مكاتب دراسات مؤهلة، وترمي إلى تحويل المجال السياحي في الجزائر إلى منتج موجه للتسويق، وتم فتح بوابة على الإنترنيت، يطلق عليها وِجهة الجزائر، بمساهمة وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والإتصال، وبالموازاة القيام بدورات تكوينية في مجال تكنولوجيات الإعلام والإتصال بمبادرة من الديوان الوطني للسياحة لفائدة متعاملي ومهنيي القطاع، من أجل توحيد الطاقات لترقية السياحة[2].

مما سبق، نستطيع القول أنه من المؤكد أن التحولات التكنولوجية الجديدة في المعلومات، والإتصال ستغير المناخ التنافسي لجميع الفاعلين الإقتصاديين، وأن طرق التسويق والإشهار السياحي ستعرف تغييرات عميقة، نظراً لبروز دور الإنترنيت، والتجارة الإليكترونية وظهور ما يمكن تسميته "بالأسواق الإفتراضية [3]". لكن ما يجب التأكيد عليه، هو أن الإنترنيت ما هو إلا وعاء معلوماتي ، وأنه ليس علاجاً سحرياً وحلاً لكل المشاكل الإشهارية، والتسويقية بل يستلزم أولاً إنشاء منظومة معلومات سياحية تكون قادرة على تخزين ومعالجة، وتوزيع المعطيات على المهتمين ، وإيصال المعلومات إلى السياح ، فلا يمكن تصور نجاح أي موقع سياحي إذا لم يكن يتوفر على معلومات دقيقة، وإذا لم تكن له عدة روافد معلوماتية تمده بالمعطيات. ويأخذ الإهتمام بالمعلومات بعداً آخراً إذا علمنا أن التنافسية في المستقبل بين الدول السياحية ، لن تكون مبنية على السعر وحده، بل على سرعة توفر المعلومات وبصفة مباشرة للسائح.

2 –**الإهتمام بقطاع التكوين**: يعتمد القطاع السياحي إعتماداً كلياً على العنصر البشري، وكل شخص يعمل في مجال السياحة يعتبر ممثلاً لبلده، لذلك فإن العنصر البشري في حاجة إلى تكوين وتدريب كامل[4].

نظراً لأهمية التكوين في تنمية قطاع السياحة في الجزائر، وضعت الجهات الوصية ضمن إستراتيجية التنمية خطة للتكوين ، وذلك من خلال تطبيق القانون 01/03 مؤرخ في 17 فبراير سنة (2003)، يتعلق

1– الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، مديرية التعاون والاتصال، مرجع سابق، ص7.

2 –النهار الجديد، يومية جزائرية مستقلة، 19-09-2013 http://www.ennaharonline.com/ar/latestnews/dernieres_nouvelles_algerie/86761

3– السوق الإفتراضي، هو سوق على الإنترنت ، يمكن للجميع الدخول إليه ، وبيع منتجاتهم ، وعرضها للزبائن ، أو التسوق ومطالعة الجديد ، في المتاجر العالمية والمحلية ومعرفة آخر المعروضات.

4 – توفيق ماهر عبد العزيز ، **مرجع سابق**، ص 202.

This is trial version
www.adultpdf.com

بالتنمية المستدامة للسياحة (ج. ر.عدد 11) الذي تشير فيه المادة 22 إلى تثمين العنصر البشري ، كمحور أساسيي في التنمية السياحية، وتتمثل هذه الخطة فيما يلي:[1]

- متابعة إدراج فروع التكوين في ميدان الفندقة، والسياحة في المنظومة الوطنية للتكوين المهني؛
- التشاور، والتنسيق لإنشاء خريطة التكوين لمهن السياحة والفندقة؛
- تدعيم قطاع التكوين، بإضافة مؤسسات جديدة للتكوين؛
- تدعيم مؤسسات التكوين بالتجهيزات، والعتاد الملائمين للمقاييس المعمول بها عالميا؛
- توفير فرص التكوين الممنوح لإطارات المصالح المركزية ، والخارجية، وإشراكهم في التظاهرات الدولية من أجل ربط التكوين بالمنجزات الحاصلة في الميدان؛
- تسهيل عملية إنخراط مؤسسات التكوين الوطنية في المنظمات الدولية المختصة في مجال التكوين السياحي والفندقي؛
- وضع برنامج لإستخلاف المكونين الدين هم على أبواب التقاعد ، بطاقم جديد من سلك المكونين ومنحهم علاوات خاصة، لضمان إلتحاقهم بالمؤسسات التكوينية للقطاع؛
- تحسين مستوى المرشدين السياحيين المحلين في الثقافة العامة ، والتحكم في اللُّغات الأجنبية وتاريخ الحضارات، وخلق فروع متخصصة في هذا الميدان بالمدرسة العليا للسياحة.

مما سبق، يمكن القول أنه أصبح من الضروري تجاوز إنشاء الهياكل ، والمؤسسات السياحية والإنتقال إلى مرحلة تكوين العامل البشري لتسيير هاته المؤسسات، وتخصيص تكوين نوعي في مجال السياحة يتماشى ومتطلبات القطاع ات الراهنة ، من خلال الإستثمار بإنشاء معاهد عصرية تضمن طرق وأساليب حديثة للتكوين.

ويكون رهان تطوير التكوين السياحي، من خلال الإعتماد على التكنولوجيات الحديثة في هذا المجال، والإعتماد على عامل اللغات وإدخال برمجيات الإعلام الآلي للتسيير السياحي في التكوين، وكذلك الإعتماد على الخبرات الأجنبية في مجال التكوين بتنظيم محاضرات ينشطها مختصون ، من دول رائدة في مجال السياحة.

3 -**قطاع التهيئة والبيئة، وتسيير التوسع السياحي**: توزيع مناطق التوسع السياحي [2] بالشكل الحالي لا يساعد على جعل الجزائر وجهة سياحية، فما يقارب 98% من مساحة العقار السياحي المتواجدة في مناطق

1- وزارة السياحة تقرير حول اليومين الإعلاميين المنعقدين، تحت شعار، **المحافظة على العقار أداة للتنمية السياحية**، الجزائر،12/11 أكتوبر (2004) ص36.

2- حسب القانون المتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية فهو يعتبر كل منطقة أو امتداد من إقليم يتميز بصفات أو بخصوصيات طبيعية ، وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة مؤهلة لإقامة، وتنمية منشاة سياحية، ويمكن إستغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات المرد ودية منطقة للتوسع السياحي. ويعتبر كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب مظهره الخلاب يعترف له بأهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية موقعا سياحيا. وتعتبر المحمية جزء من منطقة التوسع أو الموقع السياحي الغير قابل للبناء أنظر المرجع : الجمهورية الجزائرية وزارة السياحة ،القانون رقم 03-03 المتعلق بمناطق التوسع و المواقع السياحية ،المادة 2. (ج. ر.عدد 11)

This is trial version
www.adultpdf.com

التوسع السياحي، لم يتم إستغلالها بعد، وحوالي 85% من المشاريع السياحية الجاري إنجازها ، تتواجد خارج مناطق التوسع السياحي[1].

لقد بات من الضروري خلق مناطق توسع جديدة ، تتوزع عبر كافة الولايات، فالقطاع السياحي في الجزائر يسجل تأخراً كبيراً في الإعداد والمصادقة على مخططات التهيئة السياحية ، والمخططات التوجيهية للتهيئة السياحية الخاصة بالولايات، وفي ه ذا الصدد تم إصدار تعليمة وزارية تحدد كيفيات وشروط إستغلال الأراضي المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي .[2] المحدد لشروط وكيفيات التنازل عن الأراضي التابعة للأملاك الخاصة للدولة، والموجهة لإنجاز مشاريع إستثمارية، حيث لم تعد تخضع عملية منح الإمتياز بالتراضي للأراضي المتواجدة داخل مناطق التوسع ، والمواقع السياحية إلى الموافقة المسبقة للوزارة المكلفة بالسياحة[3]. بما سيساعد في تفعيل المشاريع الإستثمارية السياحية، خاصة في ظل النقص المسجل في قدرات الإيواء والفنادق والمنشآت القاعدية، وتسريع العشرات من المشاريع التي ظلت حبيسة إجراءات إدارية لم يراعها القانون 03-03 الصادر بتاريخ 17 فيفري (2003)، والمتعلق بمناطق التوسّع والمواقع السياحية، مع تحديد مبادئ، وقواعد حماية وتهيئة، وترقية وتسيير مناطق التوسّع، والمواقع السياحية.

كذلك ستسمح التعليمة بتحرير الإستثمار في مناطق التوسّع السياحي، من خلال منح الأراضي المتواجدة بهذه المناطق للمستثمرين، دون إنتظار المصادقة على مخطط التنمية، حيث كان الوضع السابق يعرقل تجسيد العديد من المشاريع التي كانت تنتظر سنوات قبل الموافقة عليها، بما في ذلك مشاريع إستثمارية أجنبية.

ومن بين التدابير الجديدة المعتمدة في الإجراء وفقا للمادة 34 من قانون 12-12، الإكتفاء بموافقة مسبقة للوكالة الوطنية لتنمية السياحة فقط، لتجسيد المشروع الإستثماري ويؤدي الإجراء إلى تسهيل الإستفادة من العقار المتواجد داخل مناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية، وأشارت التعليمة إلى أن العديد من المشاريع المهمة التي تم إحصاؤها خلال السنوات الماضية ، لم يتم الشروع فيها على مستوى الفضاءات المخصَّصة للإستثمار، بسبب القيود المتعلقة سواء بكيفيات الإمتياز أو الصعوبات القانونية، التي تشترط وجود مخططات للتهيئة السياحية ، وإنجاز أشغال التهيئة ، حتى يتم وضع هذه الأوعية العقارية المتواجدة داخل مناطق التوسع، والمواقع السياحية تحت تصرف المستثمرين.

---

1 – تصريح وزير السياحة ، جريدة الجمهورية ، 11 أكتوبر (2013). http://www.eldjoumhouria.dz/ar/index.php:

2- بناءً على المادة 34 من القانون رقم: 12–12 الصادرة بتاريخ 26 ديسمبر (2012) المتضمن قانون المالية لسنة (2013)، والذي تم بموجبه تعديل المادة 5 من الأمر رقم: 08–04 الصادر في 1 سبتمبر (2008).

3– يومية الخبر ،تعليمة لتحرير الإستثمار في مناطق التوسّع السياحي . 19 جوان (2013). http://www.elkhabar.com/ar/economie./

This is trial version
www.adultpdf.com

المطلب الرابع: أدوات التنمية السياحية المستدامة من واقع تجربة الأردن

نتعرف في هذا المطلب على التجربة التي قامت بها المملكة الأردنية، في تطبيق مفهوم السياحة المستدامة، والهدف من التعرف على هذه التجربة، الاستفادة منها والاسترشاد بها في الجزائر و المساعدة على تقويم ركائز الإستراتيجيات المختلفة التي يتبناها صناع القرار، في عمليات التخطيط، ووضع سياسات التنمية سواء كانت في الوقت الحالي أو في المستقبل.

أولا: واقع السياحة في الأردن

تقع الأردن في قلب منطقة الشرق الأوسط ، إلى الشمال الغربي من السعودية ، وجنوب سورية وإلى الغرب من العراق، وإلى الشرق من فلسطين، وللأردن منفذ على البحر الأحمر، من خلال مدينة العقبة الواقعة على الطرف الشمالي لخليج العقبة[1].

1 -**أهمية السياحة بالنسبة للتنمية الإقتصادية، والإجتماعية في الأردن:** إهتم الأردن في الربع الأخير من القرن العشرين، بقطاع السياحة، وإجتذاب[2] السياحة العالمية من خلال تهيئة العوامل المناسبة وذلك نظراً لما يتمتع به الأردن من مقومات أهمها: الموقع الجغرافي المتميز وسط العالم، حيث يعتبر الأردن ملتقى ثلاث قارات آسيا، وإفريقيا، وأوروبا، وكذلك يعتبر الأردن من البلدان الأكثر إستقرار في الشرق الأوسط من النواحي الإقتصادية، والأمنية، وهذا كله شجع على الإستثمار السياحي فيه.

وتعتبر السياحة هي واحدة من أهم القطاعات في الإقتصاد الأردني، حيث وصلت عائدات السياحة في سنة (2012) إلى ما يفوق 3 مليارات دولار، ومايزيد عن 4 مليون سائح من مختلف الدول.

كما يقدم الأردن السياحة العلاجية، بالأخص في منطقة البحر الميت، وفي مناطق أخرى عدة حيث تتوافر كل مقومات العلاج الطبيعي ، من مياه حارة غنية بالأملاح، إلى طين بركاني ، وصولا إلى ممارسة رياضة المشي، والغوص في الشعاب المرجانية.[3]

شهد الإقتصاد الأردني خلال مراحل تطوره المختلفة خلال العقود الماضية ، تحولات جوهرية في مسيرته التنموية، وتوجهاته المستقبلية، وقد أولت الحكومات الأردنية المتعاقبة أولوية لقطاع السياحة وتسعى المملكة جاهدة لترسيخ وضعها كمركز متميز على خارطة صناعة السياحة العالمية، حيث تُعد السياحة وستبقى دافعاً طويل الأمد للنمو الإقتصادي في الأردن، بحيث تحظى بالحصة الأكبر من الناتج المحلي الإجمالي في إقتصاد الأردن الإنتاجي، فقد شهد الأردن زيادة ثابتة في السياحة خلال العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، فقد وصل أكثر من سبعة ملايين مسافر إلى الأردن في عام: (2011) وأنفقوا ما يزيد عن ملياري دولار، وهو ما ساهم بأكثر من 14.2% في الناتج المحلي الإجمالي ، وفي هذا السياق برز الإهتمام الكبير

1- لمحة عن الأردن، موقع وزارة الخارجية الأردنية: http://www.mfa.gov.jo/ar

2- أماكن الجذب السياحية للاردن تضم زيارة المواقع التاريخية، مثل البتراء الشهيرة (اعتبرها موقع اليونسكو للتراث العالمي منذ عام (1985)، واحدة من عجائب الدنيا السبع الجديدة في العالم)، فضلا على المواقع الثقافية والدينية والتقليدية.

3- **جامعة الدول** العربية ، إعرف وطنك: http://www.arab-tourismorg.org/index.php/know-your-ho .

This is trial version
www.adultpdf.com

والواسع بقطاع السياحة، وأصبح الهدف الإستراتيجي الأول للأردن هو إقامة صناعة سياحية عصرية متطورة ومتقدمة وفق أعلى المعايير، والمواصفات الدولية.[1]

2 -**إستراتيجية الأردن للسياحة خلال (2011-2015):** تستند هذه الإستراتيجية إلى الإنجازات الهامة التي حققتها الإستراتيجية الأولى للأعوام (2004-2010)، وهي الفترة التي قام فيها الأردن بتعزيز سمعته ، ومكانته كمقصد سياحي يجتذب كلاً من الزوار، والمستثمرين. وإن دوام النجاح في المستقبل يفرض تحديات جديدة أمام كافة أصحاب المصلحة في القطاع ، من حيث الحفاظ على مستويات الحماس ، والتقدم ووضع الأردن على الخارطة كوجهة سياحية رفيعة المستوى، ورفع التنافسية في القطاع إلى المستوى المطلوب من أجل دعم النمو المستدام على المدى البعيد، والهدف الإستراتيجي هو زيادة العائدات السياحية لتصبح ما يقارب 4,2 مليار دولار في عام: (2015).

أ) إستراتيجية الأردن للسياحة خلال (2004 – 2010)

تم تطوير أول إستراتيجية للسياحة في الأردن، من خلال شراكة فاعلة بين القطاعين العام والخاص. وإرتكزت على أربعة أدوات رئيسة ساهمت في توجيه عملية تطوير ونمو القطاع:[2]

- **الأداة الأولى:** تعزيز التسويق السياحي؛
- **الأداة الثانية:** دعم التنافسية وتطوير المنتج السياحي؛
- **الأداة الثالثة:** تعزيز الموارد البشرية؛
- **الأداة الرابعة:** إطار عمل مؤسسي وتنظيمي فعال.

تتمثل النتائج المباشرة للإستراتيجية في تعزيز جهود التسويق، والترويج للقطاع، وتحسين نوعية المنتجات، والخدمات السياحية وتنوعها، وتبني ممارسات مهنية في إدارة الموارد البشرية على نطاق واسع في القطاع، وإتخاذ خطوات هامة تهدف إلى خلق بيئة تنظيمية أكثر تشجيعاً على تطوير قطاع السياحة، هذه النتائج مجتمعة أدت لمساهمة قطاع السياحة بما يزيد عن 12.4٪ من الناتج المحلي الإجمالي للعام(2010).

ب) أبرز قضايا السياحة للأعوام (2011–2015)

يُعتبر التغيير في البيئة التنافسية لسوق السياحة العالمية، خلال السنوات الأخيرة، مؤشراً على أن إستراتيجية الأردن للخمس سنوات القادمة، ترتكز بشكل كبير على رفع تنافسية القطاع الكلية وذلك من خلال:[3]

-إدخال تحسينات مدروسة في البيئة الداعمة للسياحية، لتمكين القطاع وتعميق الشراكات بين الجهات المعنية، وتوفير تنظيمات وضوابط على مستوى عالمي؛

1- إبراهيم خليل بظاظو، **إستعادة الفرص الضائعة في القطاع السياحي الأردني** ، ورقة بحثية مقدمة في تقرير حول أهم القضايا الإقتصادية والإجتماعية في الأردن، المجلس الإقتصادي الاجتماعي ،جامعة الشرق الأوسط، الأردن، (2012).

2- المملكة الأردنية الهاشمية،وزارة السياحة و الآثار، الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام (2004 – 2010).

3- المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة و الآثار، الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام (2011–2015).

This is trial version
www.adultpdf.com

-رفع إجمالي عائدات السياحة من خلال زيادة متوسط مدة إقامة السياح الأجانب (وخاصة ذوي معدلات الإنفاق المرتفعة)، وزيادة عدد القادمين في مواسم الركود، وتحفيز نمو سوق السياحة المحلية؛

-التقليص من أثر السياحة الموسمية، من خلال زيادة تدفق السياح في أشهر الركود، والأشهر التي تسبق وتتبع مباشرة أشهر الذروة السياحية؛

-توفير تسويق وترويج أفضل للأردن كمقصد سياحي، من خلال تعزيز صورته، وإستغلال قنوات توزيع جديدة، مع إعطاء أولوية للتسويق الإلكتروني، وشبكات التواصل الإجتماعي والمنصات المرتبطة بالإنترنت؛

-التركيز على برامج وأنشطة تهدف على وجه التحديد إلى بناء تجربة سياحية مميزة مما يؤدي إلى إيجاد ميزة تنافسية للأردن.

ثانيا :الرؤية الإستراتيجية للأعوام (2011–2015)

لا شك أن التحديات الإستراتيجية التي تواجه الأردن تتسم بالتعقيد، وهي تضم عوامل عرض وطلب متعددة، وعلى الرغم من ذلك فإن مكانة الأردن وإشتهار مواردها السياحية، إلى جانب تأصل عادات الضيافة، وحسن التعامل لدى الأردنيين، تعد جميعها نقاط قوة رئيسة يمكن توظيفها بفعالية لتمييز الأردن، بطرق فريدة وتعزيز صورته كوجهة سياحية مميزة على مستوى العالم، وقد تمحورت الرؤية الإستراتيجية للأعوام (2011-2015) على أربعة ادوات رئيسة نسردها كالأتي:[1]

- **الأداة الأولى**: التسويق، والترويج السياحي؛
- **الأداة الثانية**:تطوير المنتج السياحي؛
- **الأداة الثالثة**:تطوير سوق العمل؛
- **الأداة الرابعة**:البيئة الداعمة.

سنحاول إدراج أهم الإنجازات التي تحققت في إطار إستراتيجية تطوير السياحة الأردنية للأعوام : (2004-2010)، وبناءاً عليها سنوضح كيف إستغلت في نجاحها الأدوات الإستراتيجية آفاق (2015).

1 -**الأداة الأولى، التسويق والترويج السياحي**: لقد تم إفتتاح ثلاثة مكاتب جديدة لهيئة تنشيط السياحة الأردنية في الخارج بين الأعوام (2004-2010) ولقد أدى التحسين العام في فعالية جهود التسويق والترويج في تلك الفترة إلى تحقيق النتائج المميزة التالية:

- إزدياد عدد الزوار بنسبة 48%، إذ أن عدد الزوار تجاوز 5,5 مليون زائر في العام: (2004) بزيادة قدرها 8,2 مليون زائر في العام: (2010)، وكنتيجة لذلك تحقق نمو كلي في الدخل بنسبة 257%

1- هيئة تنشيط السياحة الأردنية التقرير السنوي (2012)، متوفر على موقع: http://ar.visitjordan.com/default.aspx?t .

This is trial version
www.adultpdf.com

إذ سجل العام (2004) إيرادات بلغت ما يقارب 943 مليون دولار فقط في حين سجل العام: (2010) إيرادات بلغت ما يقارب 2,4 مليار دولار.

وللبناء على هذه النتائج، ركزت جميع أنشطة التسويق، والترويج القادمة على رفع أعداد القادمين من السياحة الدولية والمحلية، والإيرادات المتأتية، وإطالة مدة إقامة الزوار خلال هذه الفترة عن طريق توسيع نطاق أنشطة التسويق الدولية والمحلية، وتحسين فعاليتها، وتتلخص أهداف الأداة كما يلي[1]:

- زيادة إجمالي أعداد السياح القادمين إلى 9,4 مليون سائح؛
- نمو الدخل السياحي إلى ما يقارب 2,4 مليار دولار؛
- نمو الدخل المتأتي من السياحة المحلية بنسبة 30٪ .

ولتحسين عملية التسويق، والوصول إلى الأسواق، فإن الهدف الإستراتيجي لهذه الأداة يتمثل في زيادة عدد السياح ذوي الإنفاق المرتفع، ولتحقيق ذلك ركزت الجهود في المجالات التالية:

- مراجعة وتعزيز جميع أنشطة التسويق العالمي، وتحسين المقدرة التسويقية خارج البلاد لزيادة عدد السياح وتعزيز صورة الأردن بوصفه مقصداً مميزاً عالمياً في الأسواق الرئيسة؛
- إطلاق حملات تسويقية، لزيادة أعداد وإيرادات السياحة المحلية لا سيما في المناطق، والمواقع السياحية الرئيسة؛
- وضع ميزانية كافية لتسويق المقدرات السياحية، وتقديمها في الوقت المناسب لهيئة تنشيط السياحة الأردنية؛
- إطلاق مبادرات محددة للتقليص من السياحة الموسمية، وتحقيق توزيع أكبر للسياحة على مدار العام؛
- ضمان توفر أبحاث موثوقة متعلقة بالسوق، لتوجيه عملية صنع القرارات؛
- تحديد عدد الزوار ومدة الإقامة، ومعدل الإنفاق.

2 –**الأداة الثانية، تطوير المنتج السياحي**: تم في عام (2007) إختيار مدينة البترا ء ضمن عجائب الدنيا السبعة الجديدة، مما زاد من شهرتها العالمية[2]، وإرتفع عدد الغرف الفندقية في الأردن بنسبة 22%، حيث إزداد عددها من 18127 غرفة في عام (2004) إلى 24009 غرفة في عام (2010)كما صاحب ذلك إنشاء 24فندقاً جديداً خلال نفس الفترة، علاوة على ذلك تم إضافة خدمات سياحة جديدة، وتعزيز البنية التحتية في مجالات أخرى، فعلى سبيل المثال تضاعف عدد المطاعم السياحية، وزاد عدد الأدلاء السياحيين بنسبة60%، وتم تأسيس 4 شركات نقل جديدة، مما أدى إلى مضاعفة أسطول الحافلات السياحية.

1– المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة و الآثار، الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام (2011–2015). **مرجع سابق**.

2– هيئة الأمم المتحدة، منظمة اليونسيكوا . (تصنيف المدن) أنظر الموقع: http://www.unesco.org/new/ar .

This is trial version
www.adultpdf.com

وتهدف الأداة الثانية إلى تحقيق ما يلي[1]:

- زيادة قدرة إستيعاب الرحلات الجوية القادمة إلى الأردن، بنسبة 20 % خلال فترة الإستراتيجية؛
- إتمام 20 مشروعاً للبنية التحتية السياحية تلبي الإحتياجات السوقية؛
- الموافقة على إقرار 100% من الفنادق و 80 % من المطاعم ، وتصنيفها ضمن خطة التصنيفات الوطنية خلال الفترة؛

في سبيل تحقيق هذه الأهداف، ركزت الجهود في المجالات التالية:

- تشجيع تطوير مرافق إيواء (فنادق وأجنحة وشقق فندقية) معتدلة السعر في مواقع إستراتيجية؛
- تطبيق معايير الجودة، وأفضل الممارسات في الفنادق، والمطاعم؛
- إشراك القطاع الخاص في إدارة وتشغيل، وتقديم الخدمات السياحية، وطريقة عرض وتفسير المواقع الرئيسة في الوِجهات السياحية؛
- إثراء تجربة الزائر عن طريق رفع مستوى، وجودة الحرف اليدوية الأردنية، من خلال تقديم تصاميم أصيلة عالية الجودة؛
- توفير وسائل النقل والمواصلات.

تُظهر هذه الأنشطة الرئيسة، إلتزاماً متواصلاً من الإستراتيجية الوطنية للسياحة، في الأردن (2011-2015) بالمساهمة في تحقيق النمو المستهدف في قطاع السياحة، من خلال تحسين إمكانية الوصول إلى الأردن، وتزويد الزوار بمنتجات عالية الجودة، وتجارب مميزة تعكس الثقافة الأردنية خلال فترة إقامتهم.

3 -**الأداة الثالثة، تطوير سوق العمل:** من خلال العمل ضمن هذه الأداة، إزدادت نسبة التوظيف المباشر في قطاع السياحة 85% تقريباً من سنة (2004) إلى (2010)، وتتضمن الإنجازات الأخرى المتحققة فيما يلي:

- قيام جامعة العلوم التطبيقية[2] بإعداد برنامج جامعي معتمد في إدارة الضيافة، بالإضافة إلى ذلك يوجد عدد من مؤسسات التعليم العالي، التي تدرس برامج الضيافة والسياحة مع أعداد الطلاب المتزايدة بإستمرار؛
- إرتفاع نسبة مشاركة الإناث في القوى العاملة في قطاع السياحة لتصل إلى 10 %؛
- التواصل مع ما يزيد عن 2 مليون مواطن أردني من خلال إطلاق برامج التوعية التي ركزت على منافع، وفوائد السياحة في تحسين الإقتصاد.

تتواجد في القطاع السياحي العمالة بشكل مكثف، وتعد كفاءة ومهنية الأشخاص العاملين أمراً أساسياً، وخاصة فيما يتعلق بتوفير تجربة أردنية فريدة من نوعها.

1- هيئة تنشيط السياحة الأردنية التقرير السنوي (2012)، متوفر على موقع: http://ar.visitjordan.com/default.aspx?t .

2- تأسَّست الجامعة عام 1995، وتقع في محافظة الزرقاء بالمملكة الأردنية حيث تحتل موقعاً إستراتيجياً يقع على الطريق الدولي الواصل بين العاصمة عمان ومحافظة المفرق، والذي يربط الأردن مع كل من سوريا والعراق والسعودية.

This is trial version
www.adultpdf.com

وعلى ضوء ذلك، تم تحديد الأهداف التالية للأعوام (2011 – 2015) [1]:

- تدريب 5 آلاف طالب في المراكز التابعة لمؤسسة التدريب المهني والبالغ عددها إحدى عشر مركزاً؛
- إيجاد 25 ألف وظيفة إضافية في قطاع السياحة خلال فترة الإستراتيجية؛
- رفع مستوى مشاركة المرأة في القوى العاملة إلى 15%؛
- تدريب 40 ألف موظف على مهارات حسن الضيافة.

وفي سبيل تحقيق هذه الأهداف، ركزت الجهود لتطوير قوى عاملة متميزة، وبمستوي عالمي في الخدمة وحسن الضيافة. ويتم تحقيق ذلك من خلال الأنشطة التالية[2]:

- الإستمرار في الترويج للقطاع على أنه الخيار الوظيفي الأمثل لكل من الشباب، والكبار ورفع مستوى المشاركة الفعالة للمرأة فيه من أجل تعزيز القوى العاملة في قطاع السياحة؛
- توفير برامج ومبادرات تدريب عالية المستوى للمتدربين في القطاع ووضع وهيكلة أسس الأعتماد لمزودي التدريب؛
- رفع مهارات حسن الضيافة لدى العاملين في قطاع السياحة على كافة المستويات، وخاصة الإدارة بما في ذالك الإمتثال لمدونة السلوكيات والأخلاقيات الخاصة بمنظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة؛
- توسيع نطاق توفير الخدمات التعليمية السياحية وتقديمها بمستوى جودة عالمي؛
- تحديد ونشر الممارسات المثلى في إدارة القوى البشرية في القطاع؛
- تحديث الإستراتيجية الوطنية للقوى العاملة في قطاع السياحة.

4 -الأداة الرابعة: البيئة الداعمة

كان التركيز في هذا المجال خلال الإستراتيجية السابقة على تعديل القوانين، والتعليمات الخاصة بوزارة السياحة والآثار، وبناء شراكة بين القطاعين العام والخاص وخلق بيئة مواتية تدعم نمو السياحة.

وقد تم وضع الأهداف التالية للفترة القادمة لضمان تواجد بيئة عمل محفزة لتطور قطاع السياحة:[3]

- تحديث الأنظمة الداخلية الخاصة بالمهن؛
- إقرار قانون جديد للسياحة؛
- المضي في العمل بما تم تحديده في الإستراتيجية السابقة، إلى جانب توفير، وتقديم الدعم اللازم للمشاريع السياحية بهدف تسهيل عملية تحسين أداء مؤسسات الأعمال في القطاع الخاص، وتعزيز التنافسية فيما بينها.

1- المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة و الآثار، الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام (2011–2015).

2- إبراهيم خليل بظاظو، **مرجع سابق**.

3- هيئة تنشيط السياحة الأردنية التقرير السنوي (2012) **مرجع سابق**. http://ar.visitjordan.com/default.aspx?t .

This is trial version
www.adultpdf.com

ولتحقيق هذه التطلعات فإن الهدف الإستراتيجي سيكون تحسين القدرة التنافسية للأردن من خلال تعزيز ضوابط الأعمال، والضوابط التشغيلية، والتنظيمية، والبيئية والمؤسِّسية للقطاع، وذلك من خلال الأنشطة التالية[1]:

- إعداد سياسات جديدة، وتعزيز البيئة القانونية، والتشريعية لدعم تنافسية القطاع السياحي؛
- تطوير نشاطات دعم مؤسسات القطاع الخاص، ومقارنة الأداء لرفع تنافسية القطاع السياحي؛
- نشر الممارسات الصديقة للبيئة ضمن قطاع الأعمال السياحية؛
- ضمان توافق ممارسات السلامة والأمن للقطاع السياحي في الأردن، أو تجاوزها للمواصفات المطلوبة عالمياً؛
- زيادة الوعي لدى القطاع الخاص، والجهات المعنية بقطاع السياحه بالمنافع الإجتماعية والإقتصادية للتطوير المستدام لقطاع السياحة؛
- إستخدام مؤشر التنافسية العالمي من أجل تحسين أداء القطاع مقارنة بالمستوى الدولي.

ثالثا: نتائج تنفيذ إستراتيجية

رافقت الأحداث والإضطرابات السياسية، والأمنية التي تعصف بمنطقة الشرق الأوسط،[2] الكثير من التبعات السلبية، ولعل أبرزها التدفق البشري من هذه الدول المضطربة إلى من يحيطها من دول آمنة مستقرة فكانت الأردن إحدى هذه الدول المضيفة، لعشرات الآلاف من اللاجئين. والجدير بالذكر، يجب أن نفصل بين تعريف اللاجئ والزائر بحيث الفارق خط رفيع يجعل من مسألة تحديد غرض ، وسبب الزيارة من مواطني هذه الدول للأردن قضية جدلية ، وغير واضحة التفاصيل، وأصبحت مسألة إحصائهم تخضع لمفهومين، الأول مفهوم اللاجئ، والآخر مفهوم الزائر الذي يحتسب ضمن الإحصاءات السياحية التي أصبحت تضم أعداد السوريين والليبيين والعراقيين الداخلين للأردن، وتحديد المقيمين في الفنادق ، والشقق الفندقية بغض النظر عن أغراض الزيارة التي قد تكون للإقامة.[3]

هذا، وإن من جانبها، ترى الجهات الوصية من جانبها ترى أن مستخدمي الفنادق ، والشقق الفندقية ليسوا لاجئين كونهم يقيمون في أمكان سياحية، ويدفعون مقابل إقامتهم، إضافة إلى أن هناك أعدادا كبيرة تأتي للعلاج ، وهؤلاء يندرجون تحت قائمة السياحة العلاجية، وبالتالي هم سواح وليسوا لاجئين، الأمر الذي يعطي شرعية لإنضمامهم للإحصاءات السياحة.

إن الصورة بمجملها ضبابية يبدو فيها السائح لاجئاً أو العكس، نظراً لغياب إجراءات محددة لهذه الغاية ومنظمة، تضبط دخول القادمين من الدول المضطربة، وتميز بين أسباب زيارتهم بين لجوء أو علاج أو

1- المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة و الآثار، الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام (2011–2015). **مرجع سابق**.

2- تمثلت هذه الإضطرابات في الأزمة التي يشهدها العراق عقب الإحتلال الأمريكي و ثورات الربيع العربي لعام (2011).

3 – الدستور جريدة يومية عربية تصدر عن الشركة الأردنية للصحافة والنشر من موقع: http://www.addustour.com.

This is trial version
www.adultpdf.com

سياحة أو زيارة، فهي مسميات تحيط بآلاف القادمين للبلاد وتحتاج إلى آلية ضبط لغايات تنظيم تقي وأمنية وحفاظا على مقدرات البلد وحماية إقتصاده.

والجدولان يوضحان تطور عدد الوافدين والإيرادات السياحية للفترة (2010-2012) :

الجدول رقم : 47

عدد الوافدين (2010-2012)

الوحدة: سائح

السنوات	2010	2011	2012
عدد الوافدين	4207000	3960000	4162000

الجدول رقم: 48

الإيرادات السياحية (2010-2012)

الوحدة مليون دولار

السنوات	2010	2011	2012
المداخيل	3,5	3	3,46

المصدر: وزارة السياحة والآثار الأردنية ، النشرة الإحصائية السياحية المجلد التاسع– العدد الثاني الأردن، (2013).

إستناداً إلى الجدولين رقم: **(47)** والجدول رقم: **(48)** نلاحظ أن قطاع السياحة في الأردن حقق نمواً بنسبة 15,3% في إيرادات السياحة في العام (2012) بإجمالي مبالغ وصلت إلى 3,46 مليارات دولار أميركي، مقارنة بإيرادات العام (2011)، ووفقا للبيانات المنظمة العالمية للسياحة. وذكر البنك المركزي الأردني أن الزيادة في إيرادات السياحة جاءت نتيجة إرتفاع أعداد الزوّار الوافدين إلى الأردن من العراق وليبيا، والولايات المتحدة الأميركية خصوصاً.[1]

وتحتل الأردن المرتبة 53 من بين 130 دولة في مؤشر التنافسية السياحية لعام (2011)، الذي أطلقه المنتدى الإقتصادي العالمي[2]، والمرتبة 36 في الجزء المتعلق بالأطر القانونية في قطاع السياحة والسفر ، والمرتبة 60 في الجزء المتعلق بتوفر بيئة الأعمال ، والبنية التحتية ، والمرتبة 64 في الموارد البشرية ، والثقافية والطبيعية والمرتبة 16 في إعطاء الأولوية لقطاع السياحة والسفر، والمرتبة 15 فيما يتعلق بالأمن والإستقرار والمرتبة 38 في توفر البيئة المستدامة[3].

إن تطبيق مجموعة التدابير المحددة، ضمن الأدوات الأربعة التي ساهمت بشكل كبير في الحفاظ على الإنجازات التي تم تحقيقها حتى عام: (2012) في قطاع السياحة في الأردن، وفي رفع مستوى التنافسية في القطاع من أجل الحفاظ على نموه، ودعم إستدامته على المدى الطويل. وتعتبر الرؤية الإستراتيجية للأعوام: (2011-2015)، الأردن وجهة سياحية مميزة توفر تجارب متنوعة للزوار على مدار العام، والتي من شأنها إثراء حياة الأردنيين وضيوفهم.

---

1 – إبراهيم خليل بظاظو، **مرجع سابق**، ص4.

2 – المنتدى الإقتصادي العالمي (World Economic Forum) يقدم تقرير التنافسية العالمي لعام: (2010–2011) والذي يقدم سنوياً ومنذ عام: (1979) بإصداره وذلك ضمن سياق دراسة تنافسية الدول والعوامل التي تؤثر في التنمية الإقتصادية المستدامة وتحقيق الازدهار الإقتصادي، حيث يعتبر هذا التقرير أداة مهمة لصانعي القرار من القطاعين العام والخاص في تلك الدول بهدف عمل المقارنات مع مختلف الإقتصاديات الإقليمية والعالمية خاصةً عند رسم السياسات الإقتصادية في مختلف الميادين. أنظر المرجع: http://www.weforum.org/report

3- المنتدى الإقتصادي العالمي، تقرير التنافسية العالمي: http://www.weforum.org/report(2011-2010).

This is trial version
www.adultpdf.com

وتنص الرسالة الإستراتيجية على تخطيط، وتنفيذ التغييرات، والإجراءات اللازمة لتحقيق ما يلي:[1]

- تحسين وترسيخ صورة الأردن، والترويج له بشكل أفضل في الأسواق العالمية، من أجل جذب عدد أكبر من الزوار الأكثر إنفاقاً طيلة العام؛
- إستحداث بيئة تنظيمية، وتشغيلية تؤدي إلى تحسين أداء قطاع الأعمال السياحية، وتفجير الطاقة الكامنة للقطاع الخاص بوصفه محركاً للنمو السياحي؛
- إثراء تجربة الزائر من خلال الإبتكار في تطوير المنتج السياحي؛
- رفع التنافسية الكلية لقطاع السياحة الأردني.

مما سبق، نستطيع القول، قطاع السياحة في الأردن حقق الإنجازات، والنجاحات التي كانت تطمح لها الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام (2004 -2010) إلا أن الأدوات المطبقة في تطوير السياحة في السابق لن تشكل بالضرورة الطريقة التي يجب تبنيها للنجاح في المستقبل.

ويكمن التحدي الرئيسي في الحفاظ على النجاح الذي وصلت إليه حتى الآن، والسعي لتحقيق مزيد من النمو في المستقبل.

وقد حَدَّدت الإستراتيجية الوطنية للسياحة (2011–2015) المسار الذي يساعد في الحفاظ على ما تم تحقيقه كما وفرت فرصة لكافة الجهات المعنية لتساهم في عملية تطوير القطاع، ولا شك أن مجموعة الأنشطة المقترحة، والأهداف المحددة في الإستراتيجية طموحة جداً، قابلة للتحقيق في حال تكاثف جهود كافة المعنيين، ومشاركتهم بفاعلية، وسيحدث تحقيق هذه النتائج فرقاً حقيقياً في التنمية الإقتصادية والإجتماعية في الأردن .

1- المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والآثار.
http://www.mota.gov.jo/ar

This is trial version
www.adultpdf.com

المبحث الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية آفاق (2013)

البحث عن التنمية الشاملة يقود إلى التنمية السياحية ، والتنمية البيئية ثم إلى التنمية المستدامة وتنطلق التنمية السياحية أساساً من تعظيم قدرة البلاد على إجتذاب أكبر قدر من حركة السياحة العالمية وذلك من خلال الأهداف، والسياسات التي ترتكز على الإمكانيات الطبيعية والحضارية.

إنَّ الجزائر بإعتبارها دولة تعتمد في إقتصادها على عائدات البترول، وهذا الأخير كما تشير التنبؤات في طريقه إلى الزوال أصبحت تفكر في بدائل ، ومن أهمها الإستثمار في القطاع السياحي ، ولهذا إستوجب وضع خطة لتنمية السياحية المستدامة.

المطلب الأول: كيفية وضع خطة إستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة

تنطوي الإستراتيجية على تحديد الأهداف والغايات الكبرى للمؤسسة،ثم المصادقة على التوظيف الأمثل للموارد المتاحة،خدمة للأهداف المعلنة [1].

ويَتعين على خطة تنمية السياحة أن تحدِّد بشكل واضح الأهداف والأولويات، وتركز على نتائج جرد المواد، وتحليل نقاط القوة والضعف، والفرص والمخاطر، وتُحدِّد مجموعة من الأهداف لكل غاية ولتحقيق كل هدف مجموعة من الإستراتيجيات. فالهدف يصف متى، وكيف يمكن تحقيق الغاية؟ أما الإستراتيجيات فتحدد بوضوح الأعمال التي تخدم الأهداف.

هذا، و يعتبر التخطيط السياحي "التوجه المستقبلي للعملية السياحية ، وعليه فهو عملية تعريف الأهداف وتحديد الوسائل والطرق لإنجاز تلك الأهداف. وأي عملية تخطيطية تستوجب الإجابة على ثلاثة أسئلة هي:[2] أين نحن ؟ - أين نريد الوصول ؟ - كيف يمكن الوصول؟

أولا: مراحل إعداد خطة التنمية السياحية

تقوم العملية التخطيطية على إتخاذ سلسلة من القرارات التي تتعلق بالمستقبل، بما فيه من عوامل ومتغيرات، ومؤثرات وعدم وضوح الأهداف المستقبلية، وبعد ذلك وضع الإفتراضات حول الأحداث المستقبلية من أفعال وردود أفعال، حيث أنه كلما كانت الإفتراضات قريبة من الواقع كلما كان التخطيط سليما، لذلك تعد عملية إتخاذ القرار عملية هامة وأساسية ومكملة لوظيفة التخطيط ، ويتطلب نجاح التخطيط إتخاذ مجموعة من القرارات الإدارية الفعالة التي تلعب دورا هاما في تحديد: الأهداف الواجب تحقيقها، والمواد اللازمة لتحقيق ، والأهداف من أموال ، و الأفراد و الآلات، وتجهيزات الموارد المتاحة في المنظمة وطريقة تنفيذ الأعمال، والنشاطات اللازمة لتحقيق الأهداف بالإضافة إلى مواعيد التنفيذ.

1- KOENIG G, **Management Stratégique, Vision, Manoeuvres Et Tactique**, Editions Nathan,Paris, (1983), P: 39.

2- عبد القادر بودي، **أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، السياحة بالجنوب الغربي**، رسالة دكتورة دولة في علوم التسيير كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، (2005-2006) ص 84.

This is trial version
www.adultpdf.com

وينتج عن الخطط السياحية تقديرات للإستثمار السياحي، حيث تحدد الدولة مصادر تمويل مشاريع البنية التحتية، وتهدف خطة التنمية السياحية إلى تحقيق الإستغلال الأمثل للموارد المتوفرة ولتنفيذ الخطة يُأخذ بعين الإعتبار الظروف السياحية ، وتكون الدولة مسئوولة عن التنفيذ بإعتبار أنه قرار له إرتباط كبير بالجانب السياسي أولا، ولأخذ القرار الصحيح بهذا الشأن ، يتم التأكد من جدوى الخطة ، وتوضيح الفوائد الإقتصادية، وأهمية مراقبة التأثيرات البيئية ، والإجتماعية ، والإقتصادية خلال عملية التخطيط ، وتفعيل القرارات في إنجاز المشاريع السياحية، والشكل التالي يوضح كيفية تفعيل القرارات:

شكل رقم: 42

رسم منهجية لتفعيل القرارات المتعلقة بانجاز المشاريع السياحية.



المصدر: البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الفندقية، من موقع الديوان الوطني للسياحة التونسية بتاريخ: (2011/04/23)، ص15.
ar.webmanagercenter.com

والشكل التالي يوضح كيفية التعامل مع المشروع السياحي لدى وضعه لدى المجلس الولائي الجزائري للتنمية السياحية:

الشكل رقم: 43

نموذج عن مخطط جهاز التشاور المحلي عند إقامة مشروع سياحي



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات وزارة السياحة(2011)

This is trial version
www.adultpdf.com

من خلال الشكلين (42) و(43)، نستنتج أن عملية إعداد خطة التنمية السياحية تشتمل على عدد من الخطوات المتسلسلة، والمترابطة كالتالي:

1. إعداد الدراسات الأولية؛
2. تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية العكسية خلال عملية إعداد الخطة، ومرحلة تقييم الآثار؛
3. جمع المعلومات وإجراء المسوحات، وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية؛
4. تحليل البيانات (المسوحات) وتشمل هذه المرحلة على تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من خلال المسوحات، وتوليفها، والخروج بحقائق وتعميمات تساعد في إعداد الخطة ورسم خطواتها العامة، والتفصيلية؛
5. إعداد الخطة وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه السياسات (البدائل) لإختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة؛
6. تنفيذ الخطة بتوصياتها، وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة؛
7. تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية العكسية إذا تطلب الأمر ذلك.

مما سبق، نقول أنه لا يتم تبين الرؤية الإستشرافية للقطاع السياحي في إطار التنمية الإقتصادية للجزائر إلا بتحديد الأهداف التالية:

- تكييف النقل الجوي، البري والبحري مع إحتياجات ومطالب السياحة ، وتحسن خدمات الإستقبال في هذا القطاع؛
- جذب الإستثمارات الأجنبية، وتطوير المهارة في مجال السياحة ؛
- نمو القطاع السياحي لزيادة الدخل من العملة الصعبة ؛
- منتجات سياحيّة مواكبة لحاجيات السّوق المتغيّرة؛
- خلق قطاع موجه للتصدير خارج المحروقات؛
- خلق مناصب الشغل، والقضاء على البطالة ؛
- خدمات في مستوى عال من الجودة؛
- تجهيزات وبنى تحتيّة في مستوى رفيع؛
- المحافظة على البيئة.

ثانيا: تحليل البيانات

This is trial version
www.adultpdf.com

بما أن عملية تحليل البيانات لها أكبر قدر من الأهمية، سنتعرف إلى أهم المحاور التي تشملها وهي:[1]

1 -تحليل الأسواق السياحية من حيث:

- التوقعات المستقبلية لقطاع السياحة في الجزائر (الطلب السياحي بالنسبة إلى مرافق الإقامة)؛
- تحديد الحاجات من مرافق، الإقامة والخدمات العامة، وخدمات البنية التحتية.

ويتم في هذه المرحلة من التحليل الوصول إلى الإستنتاجات الخاصة بالفرص المتاحة أو المعطيات والمقومات السياحية المتوفرة في الجزائر ، وكذالك تحديد العوائق التي يمكن أن تحول دون تحقيق التنمية السياحية. وتشمل العناصر التي ينبغي تحليلها في هذا المحور ما يلي:

- خصائص مواقع العناصر السياحية مثل: وجود معادن قابلة للإستغلال أو القدرة الزراعية؛
- خصائص البيئة الطبيعية: المناخ، التربة، الحياة البرية ....الخ؛
- خدمات النقل الحالية والمخططة، وأنواع البنية التحتية الأخرى؛
- أنماط إستعمالات الأراضي، والإستيطان؛
- مرافق الإقامة، والخدمات السياحية.

2 -**تحليل العناصر المؤسسة**: يتم تحليل للقطاع السياحي على الصعيدين العام والخاص ، من خلال ضمان آليات التنفيذ، والمتابعة، والمراقبة، والسياسات والإستراتيجيات ، وتوفر القوانين والأنظمة ، والقدرة المالية والإستثمار، وبرامج التعليم والتدريب السياحي. وتشكل هذه المرحلة من التحليل القاعدة الأساسية التي توفر المدخلات الرئيسية اللازمة لوضع الخطة التنموية السياحية.

والجدير بالذكر أن جمع البيانات ، وتحليلها يشكل المدخلات الأساسية لخطط التنمية السياحية وتحتاج هذه المرحلة إلى دقة وتنظيم كبيرين، وأهم الجوانب التي يمكن جمع المعلومات عنها:

- خدمات، ومرافق البنية التحتية؛
- عناصر الجذب السياحي؛
- المرافق والخدمات؛
- وسائل النقل.

وتتطلب هذه المرحلة الأخذ برأي المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه، وأيضاً ممثلي القطاع الخاص وممثلي المجتمعات المحلية، ومراجعة الدراسات المتوفرة ، والخرائط والبيانات الجغرافية والخصائص الطبيعية والبيئية ، ودراسة الأسواق السياحية، بالإضافة إلى خصائص السياح ، ومعدلات إنفاقهم، وأوجه الإنفاق السياحي، وكفاءة السياحة المحلية، وخطوط النقل الجوي...الخ.

وأخيراً، لا شك في أن خطة سياحية واقعية تعتبر أن السياحة المستدامة تعني في الأساس السعي إلى تحقيق نمو من دون المساس بالمواد الطبيعية، أو الموارد وتؤمن منتجات ذات نوعية عالية للسائح، وتعزز

1 – نور الدين هرمز، **مرجع سابق**، ص23.

This is trial version
www.adultpdf.com

الإشراك المحلي، وتوحي بأنه يتعين على الإدارة المسؤولة للسياحة أن تحمي الموارد، وفي الوقت نفسه تضيف إلى المنتج السياحي العام للمنطقة، خلال عملية إدارة السياحة المستدامة يجب الحفاظ على الغايات الإقتصادية، والإجتماعية، والقيم الثقافية .

في إطار رسم إستراتيجية التنمية السياحة المستدامة أفاق (2013)، سطرت الجهات الوصية عدة تدابير ترتكز على:

تشخيص واقع القطاع، ثم تحديد الأهداف ومن ثم إعداد كافة الوسائل المساعدة على تحقيق تلك الأهداف.

المطلب الثاني : واقع قطاع السياحة في الجزائر(2004-2007)

تطمح الجزائر إلى الإرتقاء بالسياحة إلى مصاف القطاعات الدارة للثروة، وبناء قطاع سياحي جذاب للسياح، فسارعت إلى بعث سياسة سياحية جديدة، تهدف إلى تنمية وترقية المنتج السياحي الجزائري وإدماجه في السوق السياحية العالمية، في إطار شروط التنمية السياحية المستدامة، من خلال جملة من القوانين والتشريعات الخاصة بالتنمية السياحية، التي تمثل الإطار الكامل لسياسة سياحية متواصلة ومستدامة .

أولا: الإستثمار السياحي

سنحاول التعرف على وضعية الإستثمار السياحي من خلال الوقوف على وضعية المشاريع قيد الإنجاز والمشاريع المتوقفة لعام (2007)، بحيث تتوزع المشاريع قيد الإنجاز على مساحة إجمالية تقدر ب 192 هكتار منها 103,5 هكتار تقع خارج منطقة التوسع السياحي بمقدار 267 مشروعا، أما 62 مشروعا فهي تقع داخل منطقة التوسع السياحي، كما لوحظ أن نسبة 61,70% من المشاريع تعتبر مشاريع حضرية 22,8% شاطئية 7,9% مشاريع معدنية 3,34% صحراوية 2,43% مشاريع مناخية، وقد تركزت معظم المشاريع نسبة 53,2% في الولايات الساحلية، فولاية وهران مثلا سجلت 50 مشروع.[1] أما بالنسبة للمشاريع المتوقفة فقد تم حصر 276 مشروعاً سياحياً متوقعاً، وبمعدل إنجاز محصور بين 7% و 80%، أي بمتوسط 36% عبر التراب الجزائري، ونجد أن التكلفة المتوقعة للمشاريع المتوقعة قدرت ب 26 مليار دج هذه المشاريع كان من المقرر أن تضيف طاقات إيواء جديدة تقدر بـــ 24524 سريرا وتوفر 7498 منصب شغل مباشر، وتتوزع المشاريع المتوقعة على مساحة إجمالية ب 168,6 هكتار، ويعود أصل هذه الأراضي إلى 40,94 % أملاك الدولة و41,31% تابعة للقطاع الخاص، و17,75% مشروعا يعود للبلديات، أما أسباب توقف هذه المشاريع فترجع أساسا إلى:

1 – Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Etat des projets d'investissement touristique Pour l'année (2007).

This is trial version
www.adultpdf.com

59% من مجموع المشاريع توقفت لأسباب مالية و 24,8% وقفت لعدم تسوية الوضعية الإدارية كالحصول على رخصة البناء، وحوالي 13,41% كان لمشاكل داخلية، و7,97% توقفت بسبب عدم الحصول على عقود الملكية، والتي تسمح بالحصول على قروض بنكية.[1]

أما بالنسبة لطلبات الإستثمار تم رصد 882 طلب إستثمار سياحي مسجل للثلاثي الأول لسنة 2007، وتتطلب هذه المشاريع الجديدة مساحة إجمالية تقدر بـ 4975 هكتار، أما طاقات الإيواء المنتظر تحقيقها من خلال إنجاز هذه الطلبات فقد قدرت بـ 23934 سرير وإحداث 80604 منصب شغل مباشر أما التقديرات المتعلقة بتكلفة إنجاز الإستثمارات السياحية الجديدة فقد حددت بـ 867 مليار دج حوالي 33,45% من طلبات الإستثمار تتعلق بإنجاز فنادق، و 20% تخص إنجاز قرى سياحية.[2]

ثانيا: طاقة الايواء

فقد عرفت طاقات الإيواء السياحي تطوراً معتبرا خلال الفترة (2004-2007) حيث إنتقلت طاقات الإستقبال من 82034 سرير عام: (2004) لتبلغ في نهاية (2007) حوالي: 85000سرير.[3]

ثالثا: التدفقات السياحية

لقد شهدت التدفقات البشرية خلال هذه الفترة، مستوى تطور متزايد حيث قدر عدد السواح الذين زاروا الجزائر بـ 1771749 سائحا في نهاية (2008) أي بمعدل نمو سنوي 1,64% مقارنة بنسبة (2007)، في حين كان معدل النمو سنة (2007) 6,44 % مقارنة بسنة (2006).[4]

أما بالنسبة التدفقات النقدية يمكن إيضاحها في الجدول الموالي :

الجدول رقم: 49

تطور الايرادات والنفقات السياحية خلال الفترة (2004-2008)

الوحدة :مليون دولار

السنوات	2004	2005	2006	2007	2008
الايرادات	178,5	184,3	215,3	218,9	300
النفقات	340,9	370	380,7	376,7	394
الرصيد	162,4-	185,7-	165,4-	157,8-	94-

Source Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Les flux touristiques (2008) Direction .Plan Qualité(2013).

1- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Etat des projets d'investissement touristique Pour l'année (2007) .

2- الجمهورية الجزائرية، الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار ، (2013) أنظر الموقع: http://www.andi.dz/index.php/ar/a-propos .

3- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ، Hébergements touristiques (2007) Direction Plan Qualité (2013).

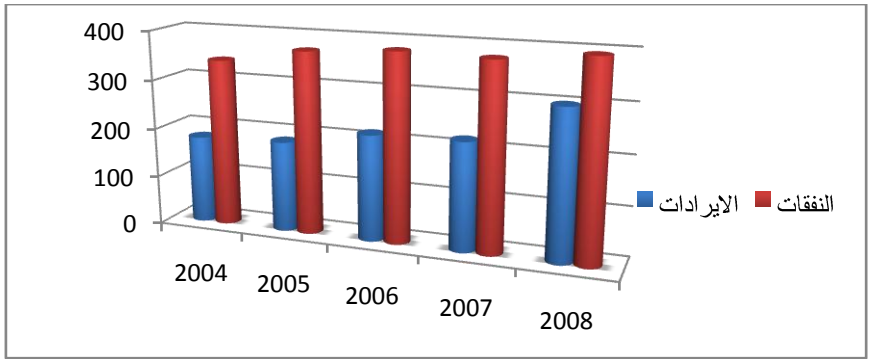
4- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Les flux touristiques (2008) Direction .Plan Qualité(2013).

This is trial version
www.adultpdf.com

والشكل التالي يوضح بيانات الجدول:

الشكل رقم : 44

تطور الايرادات والنفقات السياحية خلال الفترة (2004-2008)



المصدر: من إعداد الباحثة، بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: 49

من خلال الجدول رقم : **(49)** لوحظ بأن رصيد الميزان السياحي بقي سالباً طيلة الفترة المدروسة أي أن المبالغ المنفقة في الخارج، أكثر من المحصل عليها كإرادات من السياح الأجانب القادمين إلى الجزائر. وهذا راجع إلى:

- ضعف نوعية المنتجات السياحية، وخدمات السياحة الجزائرية؛
- إيواء وفنادق ذات طاقات غير كافية، وذات نوعية سيئة؛
- عجز كبير في تسويق وجهة الجزائر داخل وخارج البلد؛
- خدمات مرتفعة السعر بالنسبة للسكان المحليين، وذات نوعية أقل مقارنة بدول الجوار خاصة تونس؛
- نقص في تكوين المستخدمين في المؤسسات السياحية.

المطلب الثالث :أهداف إستراتيجية التنمية السياحية آفاق (2013)

ترتكز أهداف إستراتيجية التنمية السياحية لآفاق (2013)، في:[1]

أولا :الأهداف النوعية

تتمثل الأهداف النوعية فيما يلي:

- تحسين صورة الجزائر السياحية، وإدراج منتجاتها السياحية ضمن السوق العالمية للسياحـــة؛
- إرضاء حاجات الطلب المحلي المتزايدة، وتقليص الوجهة نحو الخارج؛
- تحسين نجاعة القطاع السياحي عن طريق الشراكة في مجال الإدارة؛
- المساهمة في الحفاظ على المحيط البيئي، والمناطق الحساسة؛
- تحسين إعادة تأهيل المؤسسات الفندقية، والسياحية؛
- تثمين المخزون الطبيعي، والثقافي، والتاريخي؛

1- وزارة السياحة، تصور تطوير قطاع السياحة للعشرية، (2004-2013)، ص17.

This is trial version
www.adultpdf.com

- جودة العرض السياحي.

ثانيا :الأهداف الكمية

تتمثل الأهداف الكمية فيما يلي:

1 -**زيادة التدفقات السياحية:** برمجة زيادة التدفقات السياحية كانت على مرحلتين:[1]

أ - **الفترة (2004-2007):** كان يرجى تحقيق زيادة في التدفقات بنسبة 10% على أساس مرجعي للفترة (2000- 2002)، وتوقع حجم التدفق السياحي الكلي أكثر من 1591000 سائح في نهاية (2007).

ب - **الفترة (2008-2013):** كان يرجى تحقيق تدفقات سياحية، تقدر بـــ 1507000 سائح وحسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة ، فإن الجزائر لها حظوظ الوصول إلى 04 ملايين سائح أجنبي في آفاق (2020).

2 - **تطوير حجم الإستثمار:** إنَّ إنعاش الإستثمار السياحي كان على إمتداد مرحلتين: [2]

أ -**الفترة (2004-2007):** كان يتوقع في هذه المرحلة إنجاز طاقات إيواء إضافية تقدر بـ 55000 سرير من قبل المقاولين، وتضم المشاريع في طور الإنجاز والمتوقفة، هذا بتكلفة إنجاز تقدر بـــ 1,5 مليون دج للسرير الواحد، مما يؤدي إلى حشد إستثمارات تقدر بـــ 82,5 مليار دج في نهاية الفترة.

ب -**الفترة (2008-2013):** كان يرجى إنجاز 60000 سرير خلال هذه الفترة ، بإستثمارات تقدر بـــ150 مليار دج، وبتكلفة إنجاز تقدر بـــ 2,5 دج.

وكحصيلة للإستثمارات في الفترة (2004-2013) سجل ما قيمته 232,5 مليار دج.

3 - **رفع قدرات الإيـــواء:** يجب أن نميز هنا مرحلتين لإنعاش الإستثمار السياحي في مجال الفندقة والإيواء:[3]

أ - **الفترة (2004-2007):** كان يتوقع إضافة 55000 سرير لرفع قدرات الإيواء، وفي إطار محيط تحفيزي ضعيف للإستثمار، الإنجازات في العقار السياحي تمحورت حول الفنادق الصغيرة في نهاية (2002)، على مستوى مختلف ولايات الوطن سجل 387 مشروعا في طور الإنجاز وبنسبة إنجاز وصلت إلى 75% وقدرة إيواء بـــ 38000 سرير، إضافة إلى 254 مشروعا إستثماري وصلت نسبة الإنجاز إلى 50% مع تسجيل قدرة إضافية بأكثر من 17000 سرير، وأخيراً مع تقليص العوائق المختلفة تمّ إستئناف المشاريع العالقة وإستمرار الأخرى.

---

1 –Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Les flux touristiques 2008 Direction Plan Qualité (2013).

2– وزارة السياحة الجزائرية، تصور تطوي السياحة للعشرية (2004 - 2013)، **مرجع سابق**، ص18.

3- وزارة السياحة الجزائرية ، تصور تطوير قطاع السياحة للعشرية، مرجع أعلاه.

This is trial version
www.adultpdf.com

ب -**الفترة (2008-2013):** على إمتداد هذه الفترة، ونظراً لأسباب إقتصادية، وتجارية فإن قدرات الإيواء عرفت إرتفاعاً أقل من الفترة السابقة (2004-2007)، وكنتيجة تكون نسبة النمو المتوسطة 7% تُتَرْجَمْ إلى 60000 سرير.

وكحصيلة للفترتين : (2004-2007) و (2008-2013) سجل مجموع عام بـــ 187000 سرير في آفاق (2013).

4 -**خلق مناصب عمل:** إنطلاقاً من الأهداف المتوخاة من المخطط له، فان عدد المناصب الجديدة التي يتم إنشائها في آفاق (2013) يقدر بـــ 57500 منصب شغل مباشر ، و 172500 منصب شغل غير مباشر بإعتبار أن إنجاز سريرين يؤدي إلى إحداث منصب شغل مباشر ، وثلاثة مناصب شغل غير مباشرة بحسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة.

المطلب الرابع: الأدوات والوسائل المساعدة في ترقية السياحة

إتخذت الجزائر عدة تدابير لتطبيق إستراتيجية السياحة آفاق (2013)،بحيث شرعت في إعداد خطة لترقية السياحة، وذلك من خلال المصادقة على مشروعي القانونين [1] المتعلقين بالتنمية المستدامة للسياحة وبمناطق التوسع والمواقع السياحية في سنة (2003).

وقد أخذت التعديلات المقترحة على مشروع القانون بعين الإعتبار ، ضرورة الإرتقاء بقطاع السياحة إلى مصاف القطاعات الأخرى المساهمة في التنمية ، وتسييره عقلانياً ، وتمحورت هذه التعديلات حول ضرورة وضع حد للفوضى ، وعدم الانسجام السائدين في التنمية السياحية اللذين تعرفهما المؤسسات السياحية الجزائرية، وذلك بتبني أسلوباً جديداً في تسييرها يضمن الإستمرارية في العمل، ويعتمد على تثمين الثروات الطبيعية، والثقافية، والحضارية المتاحة، وتم التأكيد في هذا القانون على الأهمية القصوى لوضع خطة إستراتيجية وطنية واضحة في ميدان السياحة، تحدد الأولويات وأشكال السياحة المراد تطويرها، وكذا الوسائل المسخرة لذلك وفي مقدمتها مخطط توجيهي للتهيئة السياحية ، في إطار المخطط الوطني لتهيئة الإقليم و التنميته المستدامة ، والقانون المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة [2]، أنظر الملحق رقم: **(2).** والذي يسمح لقطاع السياحة من ترقية الإستثمار والشراكة والإستغلال الأمثل للعقار السياحي وكذا تنويع المنتج السياحي، وتحسين مستوى الخدمات وتلبية حاجيات المواطن الجزائري والطلب الأجنبي ونظراً لأهمية وفائدة المعلومات بالنسبة للمسيرين من جهة ، والمستثمرين من جهة أخرى، ولكونها تعتبر أداة تساعد على

1 – قانون رقم 03-01 مؤرخ في 17 فبراير (2003)، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة ، و قانون رقم: 03-03 مؤرخ في 17 فبراير (2003) ، يتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية. (ج ر عدد 11).

2 – الجمهورية الجزائرية وزارة السياحة، محضر مختصر لأشغال جلسات المجلس الشعبي الوطني، المصادقة على مشروعي قانوني التنمية المستدامة للسياحة ومناطق التوسع والمواقع السياحية، 06 جانفي (2003).

This is trial version
www.adultpdf.com

التحليل والإستشراف، بالإضافة إلى إصدار القرارات، تم إنجاز بنك معلوماتي خاص بالإستثمار السياحي من طرف مصالح وزارة السياحة (مديرية التنمية والإستثمار السياحي)، ومن أهم الإجراءات نذكر ما يلي:[1]

أولا: قواعد بناء المؤسسات الفندقية

تخضع المؤسسات الفندقية للقواعد العامة للتهيئة والتعمير المحددة في التشريع والتنظيم ، المعمول بهما وكذا قواعد المرسوم التنفيذي رقم 06 -325 المؤرخ في 18 سبتمبر (2006) الذي يحدد قواعد المؤسسات الفندقية وتهيئتها، بحيث يجب أن تتكفل بتصميم المؤسسات الفندقية ، مكاتب دراسات متخصصة في هذا المجال ومعتمدة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما ، ويجب إثبات كل مشروع بناء أو تهيئة مؤسسة فندقية بعقد قانوني للملكية، أو الإنتفاع بالوعاء العقاري الذي سيقام عليه.

ثانيا: الموقع والطرق المؤدية إلى المؤسسات الفندقية

بموجب المرسوم التنفيذي رقم : 06 -325 فإنه لا يمكن إقامة المؤسسات الفندقية إلاّ فوق الأجزاء التي تم أخذها بمخطط التهيئة السياحية، كما هو منصوص عليه بموجب أحكام القانون رقم : 03 – 03 المؤرخ في 17 فبراير سنة (2003).[2]

ثالثا: قواعد البناء والأمن

يحدد المرسوم التنفيذي رقم 06 -325 قواعد البناء والأمن كالتالي:[3]

- يجب أن تتطابق المساحات الدنيا للغرف ، والمطابخ، والأماكن المشتركة حسب النموذج، والصنف لمعايير تصنيف المؤسسات الفندقية، كما هي محددة في التنظيم المعمول به؛
- يجب إحترام القواعد المضادة للزلازل عند بناء كل مؤسسة فندقية كما هي محددة في التنظيم المعمول به في المناطق الضعيفة، والمتوسطة، والقوية الإهتزاز؛
- يجب أن تتطابق منجزات البناء مع التنظيم المعمول به.

رابعا: مخطط التهيئة لمنطقة التوسع والموقع السياحي:

تتم تهيئة وتسيير منطقة التوسع والموقع السياحي ، وفق مواصفات مخطط التهيئة السياحية المعد من طرف الإدارة المكلفة بالسياحة في إطار تشاوري ومصادق عليه عن طريق التنظيم، بحيث يؤمن العلاقة الإرتباطية الضرورية مع أدوات التهيئة، والتعمير التي نتج عنها:[4]

1 –مخطط التهيئة لمنطقة التوسع والموقع السياحي ، يعتبر الأداة التقنية لترجمة التوجيهات ، والأحكام الأساسية للتنمية المستدامة لمنطقة التوسع والموقع السياحي.

---

1 – الجمهورية الجزائرية، المواد 11، 12 من رسوم تنفيذي رقم 06-325 مؤرخ في 18 سبتمبر: (2006) يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها .(ج ر عدد: 58).

2– الجمهورية الجزائرية، المواد 13، 15،16، 20 من المرسوم التنفيذي رقم: 06 -325 المرجع أعلاه.

3– الجمهورية الجزائرية، المواد 22، 23،24، من المرسوم التنفيذي رقم 06 -325 المرجع أعلاه.

4– الجمهورية الجزائرية المادة 12 ، من اقانون رقم: 03-03 مؤرخ في 17 فبراير (2003)، يتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية (ج ر عدد: 11)

This is trial version
www.adultpdf.com

2 -مخطط التهيئة لمنطقة التوسع والموقع السياحي يعتبر الأداة المرجعية ، بالنسبة لكل شغل للأراضي مهما كانت طبيعته داخل منطقة التوسع السياحي.

يتم إعداد مخطط التهيئة لمنطقة التوسع والموقع السياحي وفق المراحل الدراسية المتوسطة الآتية:

- جمع المعطيات الإحصائية ، والديموغرافية ، والمعطيات الخاصة بالمنشآت الإقتصادية ، الموجودة في محيط التأثير للمنطقة محل الدراسة؛
- وضع الرسومات الطبوغرافية، والمسح العقاري، وكذا التحقيق العقاري للمحيط القابل للتهيئة؛
- تحديد المحيط القابل للتهيئة؛

يشمل مخطط التهيئة السياحية، حماية الجمال الطبيعي ، والمعالم الثقافية التي يشكل الحفاظ عليها عاملاً أساسياً للجذب السياحي ، و إنجاز إستثمارات على أساس أهداف محددة من ش أنها إحداث تنمية متعددة الأشكال للمتاحات التي تزخر بها مناطق التوسع السياحي.[1]

ويهدف مخطط التهيئة السياحية إلى:

- المحافظة على المواقع ، والموارد الطبيعية ، و إستغلالها إستغلالاً عقلانياً ، وإدماج النشاطات السياحية ضمن مخططات التعمير وتهيئة الإقليم؛
- إعداد التجزئة المخصصة للمشاريع المراد تحقيقها عند الضرورة؛
- تحديد الوظائف المتطابقة والإستثمارات المناسبة؛
- تحديد برامج النشاطات المزمع إنجازها؛
- تحديد المناطق القابلة للتعمير والبناء؛
- تحديد التهيئة البنيوية المراد إنجازها؛
- تحديد المناطق التي يجب حمايتها.

سادسا :الإجراءات والوسائل التشجيعية للإستثمار السياحي بالجزائر.

نتيجة لكون الإستثمار السياحي في الجزائر يواجه صعوبات، وعدم توفر عقار سياحي مهيأ وقابل لإستقبال التجهيزات الفندقية والسياحية، وعدم ملاءمة نظام التمويل مع متطلبات الإستثمار السياحي وخاصة فيما يتعلق بالإستثمارات الفندقية الثقيلة، لأجل ذلك وضعت الجهات الوصية عدة إجراءات من شأنها تحفيز، وتشجيع الإستثمار السياحي، وذلك في مجال التمويل، والعقار السياحي.

1 - **العقار السياحي** يتطلب العقار السياحي ، الإسراع في إعتماد خطة جديدة لتحضير وتهيئة وتسيير الأرضيات العقارية ، المتواجدة في المناطق والمواقع السياحية (فضاءات مصنفة ومحمية ومحددة إقليميا من الناحية القانونية والتنظيمية).

1- الجمهورية الجزائرية المادة 14 و15من القانون 03-03 **المرجع أعلاه.**

This is trial version
www.adultpdf.com

بالرغم وجود قدرات هامة متمثلة في 172 منطقة توسع سياحي، إلاَّ أن مسألة الحصول على العقار السياحي، تظل العائق الأكبر أمام الإستثمار في هذا النشاط، نظراً لتعدد الوضعية القانونية لهذه الأراضي (الأملاك الوطنية العامة، والأملاك الوطنية الخاصة، والملكيات الخاصة)، ووجود صعوبات ميدانية لتطبيق الترتيبات التشريعية، والتنظيمية المتعلقة بنظام تسييرها بسبب التأويلات القطاعية المختلفة.[1]

إستدعت هذه الوضعية إعتماد إجراءات مدروسة ، تسمح للقطاع بالتحكم الأفضل في العقار السياحي عبر أداته المؤسساتية ، المتمثلة في الوكالة الوطنية للتنمية السياحية التي تعمل على ترقية ، وتأطير الإستثمارات السياحية في إطار التهيئة العمرانية ، وتطبيق سياسة التنمية السياحية [2]، وتشكل الآلية لدعم الإستثمار السياحي، وتمثل بهذه الصفة الإدارة المكلفة بالسياحة ، في الشباك الوحيد للوكالة الوطنية لتنمية الإستثمار، لا سيما في إعداد عرض العقار السياحي ، الذي يهدف إلى تبسيط إجراءات، وشكليات تأسيس المؤسسات وإنجاز المشاريع وبخصوص هذه الأخيرة، فقد صادق ت الجهات الوصية في شهر مارس (2006) على مرسوم تنفيذي ، يتضمن ممارسة حق الشفعة على الصفقات العقارية ، داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية.[3]

وعلاوة على الأحكام التشريعية المتضمنة في القانون 03-01 المؤرخ في 17 فيفري (2003) المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، فإن القانون 03-03 المؤرخ في 17 فيفري (2003) المتعلق بمناطق التوسع، والمواقع السياحية، من خلال مواده 20، 21 و22، يعرِّف العقار السياحي، ويحدد كيفيات تحويل الأراضي لصالح الوكالة الوطنية للتنمية السياحية.[4]

إنَّ صعوبات تطبيق الأحكام المتعلقة بتسيير العقار السياحي ، على مستوى مناطق التوسع السياحي تفسر تمركز غالبية المشاريع المنجزة ، أو التي هي في طور الإنجاز خارج هذه المناطق، فمواجهة هذا العائق الكبير، تكون بالتنسيق بين الدوائر الوزارية المعنية ، قصد تحديد الطرق العملية لمعالجة هذه الإشكالية، بما في ذلك اللجوء إلى تعديل الأحكام التشريعية، والتنظيمية عند الاقتضاء.

فالمهمة العملية لإدارة السلطات العمومية في التنمية السياحة، تقتضي مراجعة المراقبة الحالية لعملية التنازل أو منح حق الإمتياز على العقار السياحي، و إعادة النظر إلى هذه التعديلات على أنها تحفيز لجلب الإستثمار ومن المفيد تحديد مبادئ خاصة بالسياسة العقارية ، في مجال الإستثمار السياحي لا سيما فيما يتعلق بأسعار التنازل عن الأراضي.

1- الجمهورية الجزائرية، تقرير خاص وزارة السياحة، سياسة **تنمية قطاع السياحة آفاق** (2015)، مارس (2006)، ص 26.

2- الجمهورية الجزائرية، لمادة رقم 2 من المرسوم تنفيذي رقم 98-70 مؤرخ في 21 فبراير سنة (1998) يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة وتحديد قانونها الأساسي (ج ر عدد 11)

3- الجمهورية الجزائرية المادة رقم 24 و 25 من الأمر رقم: 01-03 مؤرخ في20 أوت (2001) المتعلق بتطوير الإستثمار المؤرخ في (ج ر عدد 47).

4- تقرير وزارة السياحة، **مرجع سابق**، ص27.

This is trial version
www.adultpdf.com

إنَّ آفاق التنمية التي تسعى إليها المشاريع السياحية الكبيرة ، في المناطق التي ستتواجد بها من حيث خلق الثروة، ومناصب العمل، تبين بشكل واضح ضرورة تسهيل حصول المستثمرين على أرضيات مهيأة بأسعار مغرية، وهذا يعد عاملاً تحفيزياً ملائماً لجلب الإستثمار المحلي ، والأجنبي خاصة ، وأن دراسات التهيئة الخاصة بالشطر الأول المكون من 22 منطقة للتوسع السياحي ، سمحت بتحديد مساحة تبلغ 1400 هكتار قابلة للتهيئة وتقدر طاقات الإستقبال المتوقعة لهذا البرنامج بـــ 53000 سرير، التي تضاف إليها مرافق تجارية وترفيهية أخرى ، في إطار البرنامج التكميلي لدعم النمو، منح القطاع السياحي سنة (2008) غلافاً مالياً يقدر بـــ 2.8 مليار دج لدعم تهيئة 42 منطقة للتوسع السياحي، غير أنه، وبالنظر إلى حجم البرنامج فإن هذا الغلاف يبقى غير كافٍ إذْ لا يمثل إلا 4% من التكلفة التقديرية ، وهذا ما يفسر بأن 06 مناطق فقط للتوسع السياحي تمت تهيئتها جزئياً، إلى جانب إجراء دراسات التهيئة لـــ 20 منطقة أخرى[1].

قامت الوكالة الوطنية لتنمية الإستثمار، بالتعجيل في تطبيق الترتيبات القانونية المتعلقة بـــ:[2]

- تخصيص أرضيات لإقامة مشاريع سياحية، بجوار الأماكن الثقافية، ومنشآت النقل، لذا وجب إنجاز الهياكل القاعدية والمنشآت السياحية ، وفق دواليب المخطط التوجيهي الوطني لتهيئة مناطق التوسع السياحي؛
- إعداد وتصنيف مناطق التوسع ومواقع السياحية حسب طبيعة المنتج السياحي ، وموقعها الجيو-إقتصادي، ومعدلات ونوع الشغل للإستخدامات الأخرى، بهدف تقديم دقيق للرأسمال العقاري؛
- تمديد العمل بالإعفاءات المطبقة في الجنوب، والهضاب العليا إلى مناطق الشمال غير الجذابة؛
- ترقية العرض السياحي من خلال أسعار تشجيعية حسب المناطق؛
- إعداد مخططات لتهيئة مناطق التوسع، والمواقع السياحية؛
- ممارسة الوكالة الوطنية للتنمية السياحية لحق الشفعة؛
- المحافظة وحماية مناطق التوسع والمواقع السياحية؛
- المصادرة، والإقتناء، والتعويض بطريقة ودية؛
- تسهيل الحصول على العقار.

وتستفيد مناطق التوسع السياحي والمواقع الحموية من النظام الإستثنائي بمزايا خاصة منها:[3]

-الإعفاء من دفع حقوق نقل الملكية بعوض فيما يخص كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الإستثمار؛

1 – الجمهورية الجزائرية إحصائيات مديرية التنمية والإستثمار السياحي، وزارة السياحة، سنة (2012).

2– الجمهورية الجزائرية ،وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ،الوكالة الوطنية لتطوير السياحة . dz.org/ar/?actionhttp://www.andt- .

3– المادة رقم11 من الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت (2001) ، المتعلق بتطوير الإستثمار **مرجع سابق.**

This is trial version
www.adultpdf.com

- تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها إثنان بالألف (2 ‰) فيما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال؛
- تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الإستثمار.

بالرغم من كل الإجراءات للتحكم، في العقار السياحي إلا أنه، أصبح مشكل العقار السياحي عائقاً كبيراً في وجه المستثمرين في المجال، في ظل تحكم الجماعات المحلية في منح العقار ، وغياب الصيغة القانونية لتدخل الجهات الوصية.

2 - **تمويل الإستثمار**: تظل الأدوات المستحدثة، أو تلك التي في طور الإنشاء والموجهة بصفة خاصة لتسهيل حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على القروض، وضمانات الإستثمار غير كافية تحقيق إنطلاق الإستثمارات السياحية، إذْ لا يزال القرض البنكي في هذا المجال محتشما وإن وجد فهو محدود. [1]

والتمويل المالي فيما يخص قطاع السياحة، يتطلب وضع ترتيبات تقنية ، وقانونية خاصة وأخرى تحفيزية، من بينها ما يلي:[2]

- تشجع الدولة على وضع طرق تمويل ملائمة، ولاسيما من خلال مُنتَج مَصْرَفِي خاص ، ومُتكيِّف مع الإستثمار السياحي الذي يتطلب قروضاً طويلة المدى عموماً؛
- تُشَجِّعْ الدولة، وتُدَعِّمْ بروز بنوك متخصصة في تمويل الإستثمارات السياحية؛
- تستفيد المشاريع السياحية ذات المنفعة الوطنية، والتي تنجز داخل المناطق المراد ترقيتها من تخفيضات في نسب الفائدة على القروض الموجهة إلى الإستثمار السياحي؛
- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني، بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية، و الحموية؛
- الإعفاء من رسم التسجيل بالنسبة لعمليات رفع رأس المال، وكذا تأسيس شركات سياحية؛
- ضبط معايير تحديد مشاريع الإستثمار السياحي من الإمتيازات المقرر في صندوق دعم الإستثمار المؤسس بموجب أحكام المادة 28 من الأمر رقم : 01 – 03 المؤرخ في 20 أوت (2001) والمتعلق بتطوير الإستثمار؛
- يُنْشَأْ صندوق لدعم الإستثمار فيما يخص أسعار شراء مواقع أرضية ، داخل المناطق السياحية المطلوب ترقيتها والمخصصة لإستقبال مشاريع إستثمارية ذات منفعة وطنية ، ويزود صندوق دعم الإستثمار السياحي بإعانات مالية سنوية تقتطع من ميزانية الدولة؛
- تَخضع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات بنسبة 19٪، في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25٪ من هذه الضريبة؛

1– Ministère du Tourisme et de l'Artisanat –**ETAT DES PROJETS D'INVESTISSEMENT DANS LE SECTEUR DU TOURISME** ، MARS (2006)

2 - الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، تقرير خاص بالتنمية المستدامة لسياحة ، (2005)، ص 10.

This is trial version
www.adultpdf.com

- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات، بالنسبة للمؤسسات السياحية التي يُنشئها المقاولون الوطنيون أو الأجانب، بإستثناء وكالات السياحية والأسفار، وكذا شركات الإقتصاد المختلط التي تنشط في قطاع السياحة؛
- تستفيد الإستثمارات في المشاريع السياحية ، التي تنجز على مستوى ولايات الشمال ، ولايات الجنوب على التوالي من تخفيض بـ 3٪ و 4,5٪ من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية؛
- بالنسبة لعمليات تحديث المؤسسات السياحية والفندقية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال وولايات الجنوب، في إطار "مخطط نوعية السياحية" [1]، فتستفيد على التوالى من تخفيض بـــ 3٪ و4,5٪ من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية؛
- تطبيق النسبة المخفضة ب 7٪ من الرسم على القيمة المضافة، إلى غاية 31 ديسمبر (2019)، فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية ، والفندقية ، والحموية، وكذا نشاطات المطاعم السياحية المصنفة، و الأسفار و تأجير سيارات النقل السياحي؛
- تطبيق النسبة المخفضة للرسوم الجمركية فيما يخص إقتناء تجهيزات وأثاث غير مصنعة محلياً، تدخل في إطار التأهيل، طبقا لمخطط نوعية السياحة؛
- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة ، على مستوى الجنوب والهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الإمتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز المشاريع الإستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر، على التوالي ب 50٪ و 80٪ ؛
- توسيع المزايا الممنوحة في إطار الترتيب الخاص بالوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار، لفائدة الإستثمارات المرتبطة بالنشاطات السياحية، والفندقية المصنفة؛

إن الإصلاح البنكي في الجزائر والآفاق الواعدة للتنمية السياحية، ستدفع ببنوك الإستثمار إلى الإنخراط طواعية في عمليات تمويل المشاريع السياحية ، والفندقية، وإذا كان الحصول على القروض القصيرة والمتوسطة المدى أمرا سهلا نسبيا، فإنه ينبغي إيجاد ميكانيزمات دعم جديدة، لتضاف إلى تلك الموجودة حالياً لكي يتم توظيفها قصد تحفيز الإستثمار من جهة ، وتدعيم المقرضين الذين يقبلون المخاطرة بتمويل المشاريع الجديدة.

تقدرعدد المشاريع المسجلة لدى الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار لفترة (2002 -2012) في قطاع السياحة بـ 409 مشروع. و الجدول التالي يوضح ذلك:

1 – يهدف مخطط جودة السياحة إلى جمع كل مهنيي السياحة الذين يلتزمون طواعية بمقاربة جودة تخضع لمتطلبات الزبائن حول علامة وطنية للجودة، "جودة السياحة الجزائر" أنظر المرجع: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، مخطط جودة السياحة. http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/PQTAlgerie.php.

This is trial version
www.adultpdf.com

الجدول رقم: 50

تطوير الإستثمار في قطاع السياحة لفترة (2002 -2012)

قطاع النشاط	عدد مناصب الشغل	المبلغ المليون دينار جزائري	عدد المشاريع
قطاع السياحة	49780	781962	409

المصدر :من موقع الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار
http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme

يعتبر منح تخفيضات على الفوائد للمشاريع ذات القدرة الكبيرة على خلق مناصب العمل ، أو تلك المقامة في المناطق المحرومة ، من إحدى الصيغ التي يتعين تشجيعها ، في إطار ميكانيزمات الدعم المرجوة، وهذه الصيغة يمكن أن تتجسد في إطار صندوق لدعم الإستثمار السياحي ، والذي تتمثل تدخلاته في تقديم المساندة، والدعم المرتبطة بالإستثمار ، والنشاطات السياحية، ويتكلف بتمويل المشاريع والنشاطات السياحية وضمان القروض المحصل عليها لتمويل مشاريع الإستثمار ، والنشطات السياحية التي إستفادت من دعم الصندوق، ويتكلف بالتخفيضات على الفوائد ، وكذا منح مساعدات مباشرة للمشاريع المتواجدة في الجنوب أو لتلك التي تكتسي مصلحة ، أو خصوصية من شأنها أن تدعم خلق مناصب العمل ، أو تشجع الجذب السياحي في المناطق التي ستقام فيها ، وإن تَملكِين المستثمرين من بيع قسم من المرافق السياحية ، يُعد من المحفزات القوية الأخرى التي توضع في متناولهم وفق دفتر شروط، قصد ضمان حد مقبول من الموازنة والمردودية لإستثماراتهم.[1]

المطلب الخامس: نتائج إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة لآفاق(2013).

حاولت الجزائر النهوض بقطاع السياحة، استرشاداً بالدول الرائدة في مجال السياحة، حيث سطرت برنامجاً لتطوير القطاع السياحي لآفاق(2013)، لكنه يبدو ضعيفاً إذا ما قورن بالبرامج الموجودة في الدول المجاورة، والمنافسة لقطاع السياحة في الجزائر. سواءً من حيث المنشآت المبرمجة أو المداخيل المتوقعة، أو عدد السواح المتوقعين في سنة (2013) من جهة.

ومن جهة أخرى، فإن الإعتمادات المالية المخصصة من طرف الدولة للقطاع السياحي غير كافية ولا تخفى على أحد الآثار الإقتصادية والإجتماعية الإيجابية للتنمية السياحية، فهي تساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في زيادة الدخل الوطني والفردي، من خلال جلب العملة الصعبة وخلق مناصب شغل جديدة بالإضافة إلى تحريك القطاعات الأخرى، لأن السياحة كما رأينا سابقا قطاع مكمل ومتكامل مع القطاعات الإقتصادية الأخرى، والجزائر من خلال مخطط التطوير لآفاق (2013)، عازمة على الإستفادة من

1 – الجمهورية الجزائرية، المادة رقم 5 من رسوم تنفيذي رقم 90-112 مؤرخ في 17 ابريل سنة: (1990) يحدد كيفيات تسيير حساب التخصيص الخاص بالخزينة رقم 302-57 صندوق تخصيص المساهمة للترقية السياحية، (ج ر عدد 16).

This is trial version
www.adultpdf.com

هذه الآثار من خلال زيادة مناصب الشغل ومضاعفة الإيرادات، في هذا السياق هناك بعض المؤشرات الخاصة بالقطاع السياحي إلى نهاية (2012):[1]

- بلغ حجم التشغيل في السياحة 430000 منصب شغل، أي حوالي 5% من إجمالي اليد العاملة الوطنية؛
- المساهمة في الناتج الداخلي الخام : 265 مليار دج (ما يقارب 2%)؛
- المساحات العقارية المتوفرة في مناطق التوسع السياحي، 53000 هكتار موزعة على 205 منطقة توسع سياحي عبر الوطن؛
- في مجال الإستثمار، بلغ عدد المشاريع السياحية 713 مشروعً مسجلاً بطاقة 82 ألف سرير منها:
  - 405 مشروع (50000 سرير و23000 منصب شغل) في طور متقدم 60%؛
  - 120 مشروع (12000سرير و6000 منصب شغل) متوقفة أساسا بسبب التمويل؛
  - 130 مشروع (15000 سرير و 7000 منصب شغل) لم تنطلق أساسا بسبب غياب مخططات التهيئة بمناطق التوسع السياحي.

كما بلغ حجم الإستثمارات الخاصة في المشاريع السياحية 220 مليار دج منها 25% إستثمارات أجنبية ورُصِدَ حوالي 70.5 مليار دينار في شكل قروض من الخزينة العمومية ، لإعادة تأهيل ، وعصرنة الفنادق العمومية (حوالي 70 وحدة منها: 10 محطات حموية)، وبلغ عدد الوكالات السياحية المعتمدة 814 وكالة، ووصل عدد الحظائر الفندقية الوطنية: 1136 وحدة بطاقة 96 ألف سرير، منها 18000 سرير فقط تابع للحظيرة الفندقية العمومية.

بالرغم من التطور الملحوظ في المؤشرات السياحية ، إلاَّ أنها لم تصل إلى مستوى طموحات الإستراتيجية لآفاق (2013)، وتبقى بعيدة عن ما حققته الدول المجاورة وه ذا راجع إلى المشاكل التي حالت دون تحقيق الأهداف المرجوة والتي نذكر البعض منها كما يلي:

- إهتمام الدولة بالسياحة الخارجية، على حساب السياحة الداخلية، من أجل جلب العملة الصعبة لكن تردي الوضع الأمني، جعل هذا التوجه يفشل و لم يحقق النتائج المرجوة منه؛
- سوء تسيير المؤسسات السياحية والفندقية، وهو ناتج أساساً عن التدخل الكبير للدولة، وإرتباط عمليات التمويل بالخزينة العمومية، وبعد العجز الذي عرفته هذه المؤسسات قامت الدولة بمنح الإستقلالية للمؤسسات العمومية الجزائرية، بما فيها المؤسسات السياحية، وذلك في سنة (1988).
- قلة التشريعات والقوانين التي تحل مشكل العقار السياحي، وإن وجدت فهي غير مطبقة؛
- قِلَّة الوعي السياحي لدى المواطنين الجزائريين، وذلك راجع للظروف الصعبة من جهة، وعدم الإهتمام الكافي بالأساليب الترويجية من جهة أخرى .

1- تصريح وزير السياحة والصناعات التقليدية، الجلسات الوطنية للسياحة 15-14 أبريل (2013) . http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/a .

This is trial version
www.adultpdf.com

وعليه، نقول أن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة إعتبارات لا بد من مراعاتها وهي على النحو التالي:

- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي ، حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب؛
- المحافظة على حقيقة المواقع السياحية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ أو الطبيعية أو التاريخ أو أي عامل أخر تتميز به المنطقة السياحية؛
- الإستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة ، مع توفير المرونة لها لتتمكن من مواكبة إحتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي؛
- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الإقتصادية للإستثمارات السياحية المقترحة ، وفيما إذا كان الإستثمار سيدرّ أرباحاً أم لا؛
- دعم الدولة للقطاع السياحي، عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية ، ويكون ذلك عبر خطة إعلانية تسويقية متكاملة؛
- ربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الإقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الإقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الإهتمام بالسياحة فقط؛
- تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية ، ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين؛
- دراسة السوق السياحي المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين ، وما هي رغباتهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان؛
- توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات بخاصة المناسبة منها لذوي الدخل المحدود، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء؛
- رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية ، لأنهما يؤديان دوراً مهماً في تطوير التنمية السياحة فَحِين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع ، والشواطئ، والآثار، وغيرها من عوامل الجذب السياحي تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

This is trial version
www.adultpdf.com

خلاصة الفصل الثالث

مما سبق، نستنتج بأن دور السياحة المتزايد في إقتصاديات الدول ، إستوجب على السلطات العمومية إعادة النظر في هذا القطاع ، ليساهم في عملية التنمية الشاملة والمستدامة ، و إنعكس ذلك على السياسة المتبعة في سنة (2000) وإعداد خطة للتنمية المستدامة السياحية إمتدَّت إلى غاية (2010) وعُدِّلَتْ ببرنامج آخر بعد سنتين يمتد إلى (2013)، هذه الإستراتيجية تهدف إلى رفع التحديات التالية:

-ترقية المنتج السياحي الجزائري، وتحسين صورة البلاد في الخارج؛

- تحسين نوعية الخدمات، وإعادة الإعتبار للحظيرة الفندقية؛

-رفع قدرات الإستقبال، وتنويعها.

كما تمت الإشارة إلى التجربة الأردنية، لمحاولة الإسقاط والإستفادة منها فيما يتعلق بإستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، ولوحظ، أن إ ستراتيجيات السياحيةِ في الأردن، ولفترة طويلة من الزمن ركزت على تسويق المنتج السياحي الأردني التقليدي ، والمتمثل بمواقع السياحة الثقافية، إلاَّ أنه ومنذ بداية القرن الواحد والعشرين، أصبح التركيز واضحاً على أنواع أخرى من السياحة تلائم الإتجاهات المعاصرة والحديثة من جهة، ولما يتوفر في الأردن من مقومات سياحية تناسب الأنواع الأخرى من السياحة من جهة أخرى.

كما ركزت إستراتيجية التسويق السياحي على زيادة العائد السياحي ، ورفع مستوى نوعية السياح من حيث القدرة على الإنفاق، وزيادة معدل الإقامة، وتوسيع قاعدة العلاقات مع شركات السياحة العالمية، من منظمي الرحلات الجماعية المؤثرة في الأسواق السياحية لضمان تنوع النشاط السياحي في كل إقليم من الأقاليم السياحية في الأردن بمنتج سياحي متميز بقدر الإمكان، والعمل على تسويقه دولياً.

وأخيرا تعتبر التنمية السياحية وتطويرها، من تطلعات الجزائر والتي من جانبها أولت دوراً مركزياً ومحورياً هاماً في إنعاش النشاط الخدماتي، وتوسيع شبكة السياحة لخلق مناصب شغل دائمة وموسمية من خلال توفير مناخ مناسب ولائق ومستقطب.

This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

تمهيد الفصل الرابع

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر ويعلن بوضوح نظرتها للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق ، على المدى القصير (2009) والمدى المتوسط (2015)، والمدى الطويل (2025)، والذي تم تمديده إلى غاية (2030)، في إطار التنمية المستدامة ومن خلاله تم تحديد جميع الأدوات الكفيلة بتنفيذها، وشروط تحقيقها .

بالإضافة إلى ذلك، فإن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، يعتبر أحد الآليات للترقية السياحة ويترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية، والثقافية، والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة قصد الإرتقاء بها إلى درجة الإمتياز في المنطقة ، ومجابهة الدول المجاورة المنافسة لها في إستقطاب السياح ويقدم من هذا المنطلق، التوجيهات الإستراتيجية للتهيئة السياحية في إطار تنمية مستدامة.

هذا، و تكتسب التنمية السياحية، أهمية متزايدة نظراً لدورها البارز الذي تلعبه في النمو الإقتصادي، كونها تُؤَمِّنْ موارد مالية إضافية للسكان، وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة، وعنصراً أساسياً من عناصر النشاط الإقتصادي، وترتبط بالتنمية إرتباطاً كبيراً، وتعمل على حل بعض المشكلات التي تواجهها الدولة، ومنها على سبيل المثال مشكلة البطالة، التي تعمل التنمية السياحية على تخفيف حدتها، وذلك بقدرتها على خلق فرص عمل جديدة، علاوة على دورها في تطوير المناطق والمدن التي تتمتع بإمكانات سياحية من خلال توفير مرافق البنى التحتية والتسهيلات اللازمة لخدمة السائحين ، والمواطنين على السواء، ويترتب على التنمية السياحية مجموعة من التأثيرات التنموية الإقتصادية ، والإجتماعية، والثقافية، والبيئية، والسياحية التي سيتناولها هذا الفصل مع التركيز على الآليات المعتمدة للنهوض بالقطاع السياحي ضمن المخطط التوجيهي آفاق (2030).

ومن خلال هذا الفصل سوف تتم معالجة المباحث التالية:

- **المبحث الأول: إستراتيجية التنمية المستدامة، إسناداً للمخطط التوجيهي لتهيئة السياحية (2030)؛**
- **المبحث الثاني: آثار الترقية السياحة على التنمية المستدامة.**

This is trial version
www.adultpdf.com

المبحث الأول: إستراتيجية التنمية المستدامة، إسناداً للمخطط التوجيهي لتهيئة السياحية (2030).

أصبح الإهتمام بالقطاع السياحي ضرورة وطنية ، لهذا تولت الجزائر القيام بأعمال تحسيس كبيرة حول رهان التنمية السياحية من جهة، وتطوير برامج إنجاز للنهوض بالسياحة الوطنية إلى مستوى المعايير الدولية من جهة أخرى، لذلك بات من الضروري إعتماد إطار إستراتيجي مرجعي ، وبنظرة واضحة نحو آفاق (2030) بالإعتماد على أهداف رقمية وواضحة ، وتخطط الجزائر أن تصبح بلداً سياحيا من الدرجة الأولى بدلاً من كونه بلداً مصدراً للسياح، وإلى إستقبال 11 مليون سائح في آفاق (2030)، وهذا ما تطلب إستراتيجية حكيمة، وإختيار هذه الفترة الزمنية لم يحدد بالصدفة بل كان نتيجة جهود، ودراسات قامت بها الجهات الوصية، من أجل تحقيق الأهداف المرجوة، وبفضل ما جاءت به الترتيبات القانونية من آليات وبرامج جد مغرية، والمعمول بها حاليا في الجزائر ومحاولة الإسترشاد بإستراتيجيات بعض الدول العربية الرائدة في القطاع السياحي (التجربة الأردنية).

المطلب الأول: خطة الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "**SDAT**"[1]، لا يقتصر على كونه إطاراً مرجعياً تتطور ضمنه المبادرات العمومية والخاصة إلى غاية سنة (2030)، إنما يرسم برنامجاً لتطوير السياحة الجزائرية ، وترقيتها من أجل إدراجها ضمن الشبكات الدولية بدعم مكانة الجزائر كوجهة سياحية، ودعم مكتسباتها الطبيعية والثقافية عن طريق الإستثمار وجودة العرض، كما أن هذا المخطط يضع تفاصيل مشروع سياحي شامل يشرك أكبر عدد من الفاعلين ، ومنهم على وجه الخصوص المجتمع المحلي المعني بالنشاط السياحي، وعليه أَضْحَتْ تنمية السياحة بالجزائر أولوية وطنية، وخياراً أساسياً، من حيث هو عامل للنمو وأداة له.

أولا: التعريف بالمخطط التوجيهي

نتج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية[2] **SDAT**، بفضل المسار الطويل من الأبحاث ، والتحقيقات والدراسات والخبرات، ونتيجة لتفكير طويل، وتشاور واسع مع الفاعلين الوطنيين، والمحليين العموميين والخواص، على إمتداد الندوات الجهوية ، والخلاصات التي توصلت إليها ، وهو جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية **SNAT**[3]، والمصادق عليه ، بمقتضى القانون 02-10 المؤرخ في 29 جوان (2011) (ج.رعدد: 61)، يحدد إستراتيجية طموحة لتهيئة الجزائر وتنميتها المستدامة في أُفق (2030)، فهو الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين ، وجميع القطاعات ، وجميع المناطق عن مشروعها السياحي الإقليمي لآفاق (2030)، والذي يوضح الطريقة التي تعتزم الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي ، العدالة الإجتماعية، الأداء الإقتصادي، والدعم الإيكولوجي في إطار التنمية المستدامة ، على مستوى الجزائر بالنسبة للعشرين سنة المقبلة.

1– SDAT: Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.

2– المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون 01-20 بتاريخ 12 ديسمبر (2001) المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة (ج.ر :**عدد** 76).

3 – Le Schéma National d'Aménagement du Territoire .

This is trial version
www.adultpdf.com

يتكون التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من ستة كتب:[1]

الكتاب 1: تشخيص السياحة الجزائرية؛

الكتاب 2: الحركيات الخمس، وبرامج العمل السياحي ذات الأولوية، في المخطط الإستراتيجي؛

الكتاب 3: الأقطاب السياحية للإمتياز، والقرى السياحية للإمتياز؛

الكتاب 4: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملياتي)؛

الكتاب 5: المشاريع السياحية ذات الأولوية؛

الكتاب 6: تلخيص عام للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

ويعتبر توجيه تنشيط الصناعة السياحية في الجزائر ، الميثاق الرسمي الذي يرتكز عليه المخطط ، بحيث على الدولة والسلطات المحلية إظهار الصورة السياحية للجزائر في آفاق سنة (2030)، فهذا البرنامج يترجم إرادة الدولة في إعادة الإعتبار للنشاط السياحي ، بشكل عام سواءً المادي أو المعنوي أو الثقافي ، من أجل وضعه في خدمة المتعامل السياحي[2]، فالسلطات الجزائرية أدركت أنَّ القطاع السياحي يعتبر من القطاعات الأكثر جاذبية للإستثمارات الأجنبية المباشرة، وهو القطاع الذي يمكن أن يساهم في تطوير القطاعات الأخرى، كما في بعض الدول نجد أن السياحة تحتل مكانة مرموقة ، ضمن القطاعات الأخرى في الإقتصاد إنطلاقاً مما تدره من العملة الصعبة.

ويتمثل الرهان في ملائمة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مع جميع مراحل تطوره (الإعداد والإنجاز، والمتابعة) من طرف الفاعلين ، والمتعاملين المركزيين ، والمحليين في السياحة على مختلف المستويات (الإطارات الفندقية، وأصحاب المطاعم، ووكالات الأسفار، والمرشدين المتعاملين والجمعيات).

مما سبق، يتطلب إنجاز المخطط المرور على خمس مراحل نذكرها كالتالي:[3]

المرحلة 1: تشخيص الإتجاهات العالمية، والإشكاليات والرهانات؛

المرحلة 2: تحديد التوجيهات الإستراتيجية؛

المرحلة 3: تحديد الخطوط التوجيهية ((الحركيات الخمسة))؛

المرحلة 4: برامج العمل ذات الأولوية (الإنطلاقة (2008-2015) مخطط التهيئة السياحية)؛

المرحلة 5: تحديد إستراتيجية الإنجاز والمتابعة.

من أجل تحديد التوجيهات الإستراتيجية ، يفترض تحديد الأهداف بكل دقة، وقد تم تعريف الأهداف المادية، وتحديد الميزانية المطلوبة لتحقيق الغاية المرجوة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

1- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية **الكتاب الرابع المخطط العملي**، وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الجزائر، جانفي (2008) ص3 .

2- SAHEL SIDI MOHAMED، KERRIS BAHIDJA CHERIFA، **Nouvelle politique pour la relance du secteur touristique en Algérie** : quelle stratégie? journée de recherche sur le tourisme- 03/04/(2009)، Groupe Sup de Co la Rochelle .pp :5-6.

3- Le Schéma National d'Aménagement du Territoire : voir le : http://www.assisesdutourisme-dz.net/.

This is trial version
www.adultpdf.com

ثانياً :تحديد الأهداف

تبنت الجزائر إستراتجية لتنمية السياحة إلى غاية سنة (2030)، بهدف تحسين صورة الجزائر السياحية بالخارج، وجذب الإستثمارات من أجل تسويق المنتج السياحي، كما بادرت بإصلاح منظومتها لتأهيل العاملين في مجال السياحة ، بمشاركة هيئات دولية على رأسها المنظمة العالمية للسياحة، والتركيز على عامل تكوين كل الفاعلين في القطاع من مختصين وخبراء، وعمال الفنادق ، والمرشدين السياحيين. حيث أن متطلبات السياحة لا تقتصر فقط على المرافق ، وإنما هناك خدمات تغطي إحتياجات السائح بمفهومها الواسع.

ويهدف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، إلى ضمان الإنطلاق السريع للسياحة الجزائرية ، ولهذا الغرض رُكِّزَ في مخطط الأعمال، على الأهداف المادية والنقدية.[1]

1 - **الأهداف المادية للمرحلة الأولى** (2008- 2015): تتمثل الأهداف المادية فيما يلي:

أ. إحترام نفس نسب الدول المجاورة ، فإن عدد الأسرة التجارية المطلوب توفيرها في آفاق (2015) 75000 سرير من النوعية الجيدة، بإعتبار أن عدد السياح المتوقع إستقبالهم 2.5 مليون سائح؛

ب.هدف الأقطاب ذات الأولوية ما يقارب نصف قدرة الإستقبال المتوقع أي 40000 سرير بمقياس دولي منها 30000 من الطراز الرفيع في المدى القصير، و10000 سرير إضافي في المدى المتوسط؛

ج. خلق 400000 منصب شغل (بشكل مباشر وغير مباشر) و91600 مقعداً بيداغوجياً؛

د. تحديد الأقطاب السياحية للإمتياز: سيتم إنجاز هذه الأقطاب في المناطق الشمالية ، والغربية والشرقية للوطن إلى جانب إنجاز أقطاب سياحية أخرى ، بمناطق الهضاب العليا ، والجنوب لتشجيع السياحة المحلية. أنظر الملحق رقم: (**03**)

2 - **الأهداف النقدية للمرحلة الأولى** (2008- 2015): من أجل تنفيذ خطة الأعمال ، والوصول إلى الأهداف المادية للمخطط التوجيهي ، تحتاج الجزائر إلى ميزانية معتبرة ، بحيث قدر الإستثمار العمومي والخاص الضروري للإنجاز المشاريع السياحية بين (2008-2015) بـ 2.5 مليار دولار.

تم تقدير الإستثمار الإجمالي العمومي والخاص ، المادي وغير المادي بـ 60.000 دولار لكل سرير خصص مبلغ 55.000 دولار إلى الإستثمارات المادية، ومبلغ 5000 دولار إلى الإستثمارات غير المادية.

ومن أجل توفير 40000 سرير التي يعتزم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز ، يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الإستثمار عن 2.5 مليار دولار، على مدى 7 سنوات لآفاق (2015) أي 350 مليون دولار سنوياً وعلى السلطات العمومية (بكل وزاراتها) التكفل بـ المبلغ، أي تخصيص 54 مليون دولار في السنة إذا إحتفظنا بالنسبة الإعتبارية المقدرة ب 15% بالنسبة لحصة الإستثمار العمومي (بما فيه المادي وغير المادي).

1- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية **الكتاب الثاني، مرجع سابق** ص19.

This is trial version
www.adultpdf.com

ثالثاً :بيان خطة الأعمال بالأرقام.

يبين الجدول الموالي التقديرات المالية لتغطية الميزانية المقدرة للفترة (2007- 2015).

جدول رقم: 51

التقديرات المالية لفترة (2007-2015)

السنة	(2007)	(2015)
عدد السواح	**1.7 مليون**	2.5 مليون
عدد الأسرة	**84869 يعاد تأهيلها**	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	**1.7 %**	3 % مقدرة
إيرادات (مليون دولار)	**2.5**	بين 15 إلى 20
مناصب شغل	**200000**	400000 (مباشر و غير مباشر)
التكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر : المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة الكتاب الثاني مرجع سابق ص18.

من خلال الجدول رقم: **(51)** نلاحظ أن الجزائر تطمح خلال 08 سنوات إلى مضاعفة قدراتها وهذا ما يبين ويؤكد على إهتمام الدولة بتنمية القطاع ، لكن بالرغم من هذا لا يزال الطموح أكبر من المخصصات بالمقارنة مع دول الجوار التي تمتلك أقل قدرات وأقل إمكانيات ، فنجد مثلا تونس تطمح إلى توافد 10 ملاين سائح في (2015) في حين الجزائر تطمح إلى 2,5 مليون سائح آفاق (2015).

أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام (PIB)[1] فكانت بمعدل تطور الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة بسنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007.

كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعداً بيداغوجياً.

رابعاً :تحديد المشاريع ذات الأولوية للمرحلة الأولى (2008-2015)

تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، فمنها الجاري إنجازه أو ما هو قيد دراسة كالأتي: [2]

1 -**فنادق الشبكة:** عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر ب 29386 سرير؛

2 -**خمس حظائر بيئية وسياحية** : تتمثل في حديقة دنيا بعنابة، وحديقة دنيا بقسنطينة، وحديقة دنيا بالجزائر العاصمة، وحديقة دنيا بوهران، وحدائق الواحات؛

1 -**(PIB)** Le produit intérieur brut.

2- عامر عيساني ، **مرجع سابق** ،ص 129.

This is trial version
www.adultpdf.com

3 -**ثلاث وعشرون قرية سياحية**[1] **متميزة** ، وأرضيات جديدة مدمجة، ومخصصة للتوسع السياحي مصممة لتتناسب مع لطلب الدولي، والطلب الوطني؛

4 -**ثلاث مراكز للعلاج، والصحة والرفاهية**: حمام قرقور (ولاية سطيف) ، حمام ملوان (ولاية بليدة) حمام الشريعة (ولاية البليدة)؛

5 -**إطلاق** 80 **مشروع سياحي في** 6 **أقطاب سياحية بإمتياز**: يتوقع إنجاز 5986 سرير و8000 منصب شغل في الأفق. والجدول الموالي يوضح عدد المشاريع الخاصة بكل قطب:

الجدول رقم: 52

عدد المشاريع في الأقطاب السياحية لإمتياز

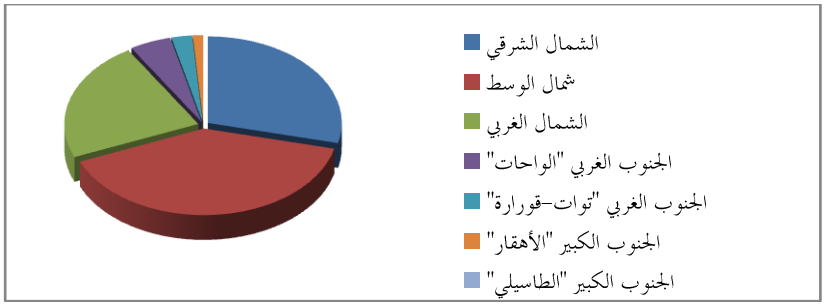
الأقطاب السياحية بإمتياز	عدد المشاريع
الشمال الشرقي	23
شمال الوسط	32
الشمال الغربي	18
الجنوب الغربي "الواحات"	04
الجنوب الغربي "توات– قورارة"	02
الجنوب الكبير "الأهقار"	01
الجنوب الكبير "الطاسيلي"	00
المجمـــــوع	80

المصدر: المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة الكتاب الثاني، **مرجع سابق**، ص18.

والشكل يوضح بيانات الجدول أعلاه:

الشكل رقم: 45

عدد المشاريع في ستة أقطاب السياحية لإمتياز



المصدر من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول أعلاه

من خلال الجدول رقم: **(52)** نلاحظ أنه تم إطلاق أكبر عدد من المشاريع في قطب شمال الوسط**(32)**، ويليه قطب الشمال الشرقي **(23)**، وهذا يعكس الإهتمام بالسياحة الشاطئية لأن معظم

1- **القرية السياحية**، هي المكان المستخدم للإسترخاء والراحة أو الترفيه، وجذب الزوار في العطلات.وتقوم المنتجعات بتقديم جميع ما يحتاجه النازلون فيها مثل: الطعام والشراب، والسكن، والرياضة، والترفيه، والتسوق. ويوجد عدد من المدن تكون فيها المنتجعات السياحية أهم أنشطتها الاقتصادية مثل شرم الشيخ في مصر، وتسهم المنتجعات بشكل متزايد في جذب السياح والزوار إليها، لذلك تهتم بعض الدول بإنشائها لتكون أحد أهم مقومات السياحة فيها أنظر المرجع:الموسوعة الحرة ويكيبيديا ،القرى السياحية من موقع: http://ar.wikipedia.org/wiki

This is trial version
www.adultpdf.com

المشاريع مخصصة للمناطق الشمالية ، وحصة الجنوب من المشاريع تكاد تكون معدومة ، ففي قطب الجنوب الكبير الأهقار مشروع **(01)** فقط، أما بالنسبة للطاسيلي، لم يتم إطلاق المشاريع فيها بعد.

خامسا: أهم شروط الترقية السياحة التي وضعها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

قدَّم المخطط ثلاثة شروط ضرورية لنجاح الترقية السياحة في الجزائر بيّانها كالتالي:

1 - **الإعتراف:** بأن السياحة أولوية وطنية وتقوم على إلتزام سياسي لمنظور آفاق (2030).

2 - **المعرفة الإستراتيجية:** من خلال القيام بالفحص والمعرفة ، لنقاط القوة والضعف، كشرط مسبق للإستراتيجية والمقاربة الشاملة.

3 - **المقاربة الشاملة لفائدة تحديد إستراتيجية للعمل** : تمثل مجمل مشروع المخطط ، وقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، جملة من الأهداف تدور أساساً حول تشجيع ، ودعم الإستثمار من أجل تعزيز القدرة الإيوائية، كماً ونوعاً، وتحسين جودة العروض السياحية، ونوعية الخدمات التي يعرضها المتعاملون سواء في مجال الفندقة أو الأسفار، أو تأهيل الموارد البشرية، إضافة إلى تثمين المقصد السياحي وتعزيز الحلقة السياحية.

سادسا: أهمية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق (2030)

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، أن السياحة ليست فرعاً ، ولا قطاعاً للنشاط إنما صناعة فتية، توفق بين ترقية السياحة والبيئة ، وبالنسبة للجزائر فإن السياحة أصبحت ضرورة وطنية وليس خياراً بما أنها تشكل محركاً للتنمية، وتثمين التراث الوطني الثقافي والتاريخي، وداعمة للنمو.

إن وعي الجزائر بمسألة التنمية السياحية كناقل للتنمية الإقتصادية ، والإجتماعية يتطلب الحاجة إلى تطوير إطار إستراتيجي، بدعم الأهداف الواردة في هذا المخطط، وتسعى الإستراتيجية السياحية من خلال هذا المخطط إلى تحقيق ثلاث نقاط مهمة:

- تحسين التوازنات الإقتصادية الكلية: التشغيل، الميزان التجاري والمالي، والإستثمار؛
- توسيع الآثار المترتبة عن هذا القطاع إلى القطاعات الأخرى: الفلاحة، الصناعة، النقل الخدمات التشغيل؛ أنظر الملحق رقم: **(4)**
- المساهمة في المبادلات، والإنفتاح على الصعيد الوطني والدولي؛

وتسعى هذه السياسة إلى إعادة تنظيم هياكل الإدارة ، والمصالح المشرفة على التنظيم السياحي بصورة تسمح لها بالتكفل الناجح بمهامها، في إطار إستراتيجية وطنية، تعتمد على إشراك جميع الفاعلين في المجال وتهدف إلى ما يلي:

- السهر على سير توجيهات المخطط الوطني للتهيئة السياحية، ومتابعة تطبيقها خلال جميع المراحل؛
- تحديث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كل خمس سنوات، ومتابعة مدى تلاؤمه مع قدرات البلاد، والسوق الدولية؛

This is trial version
www.adultpdf.com

- تحديد الأهداف لكل متعامل في الأقطاب السياحية المقترحة؛
- تكييف المخطط مع جميع المتعاملين في السياحة (مديريات، دووايين، وكالات...)؛

وكلها أهداف لا تتحقّق إلا بإتباع سياسة واضحة المعالم ، تستخدم أحدث التكنولوجيات والتقنيات المتوصل إليها، وقد تم تحديد أهمية المخطط في العناصر التالية نذكر منها:[1]

1 -**جعل السياحة إحدى محركات النمو الإقتصادي من خلال:**

- الترويج للسياحة في الجزائر، وجعلها وجهة سياحية بإمتياز، ومنارة في حوض المتوسط قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة، وبصورة أساسية في الإقتصاد العام للبلاد؛
- تنظيم العرض السياحي بإتجاه السوق الوطنية؛
- ترقية إقتصاد مكمل لقطاع المحروقات.

2 -**الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى** (الفلاحة، والبناء والأشغال العمومية،والصناعة التقليدية، والخدمات) من خلال النظر إلى السياحة في إطار مقاربة عرضية ، تشمل مختلف العوامل (النقل والتعمير، والبيئة، والتنظيم المحلي، والتكوين) وتأخذ بعين الإعتبار منطق جميع المتعاملين الخواص (الجزائريين وأيضا الأجانب) والعموميين.

3 -**التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة:** في هذا السياق، وقع برنامج الأمم المتحدة للبيئة التابع لمنظمة الأمم المتحدة مع منظمة السياحة العالمية، إعلان مشترك للتوافق بين السياحة والبيئة عام (1982) م، وتشكلت لجنة دائمة (لجنة السياحة والبيئة) والهدف من تشكيلها، هو نشر الوعي البيئي بين شعوب دول العالم كما أن منظمة السياحة العالمية عقدت مؤتمرها في أكتوبر عام (1997) في مدينة إسطنبول التركية، تحت شعار السياحة قطاع رائد في القرن الحادي والعشرين، لإيجاد فرص عمل وحماية البيئة.

وتظهر أهمية العلاقة بين البيئة والسياحة من خلال:[2]

- السياحة والبيئة متلازمتان، وتنمية الموارد البيئية يؤدي إلى إستمرار ونمو النشاط السياحي ؛
- البيئة النظيفة هي الضمان لسياحة جديدة، وتعتبر من أهم عوامل الجذب السياحي؛
- تعد البيئة أحد أهم العوامل المؤثرة على الإستثمار السياحي في المستقبل؛
- البيئة هي الأساس الذي يرتكز عليه النشاط السياحي؛
- البيئة غير النظيفة تسيء إلى سمعة المقصد السياحي.

4 -**تثمين التراث التاريخي، الثقافي، والشعائري:** يرتبط الإقتصاد السياحي إرتباط متين مع الإقليم، المعبر عن التاريخ والتنوع الثقافي ، وتعتبر العناصر التأسيسية للتراث الإقليمي (الإنسان، والطبيعة، والمناخ التاريخ إلخ....) وتشكل صورته، وجاذبيته، وموقعه وإنتاجه، وأمام الأولوية المستهدفة للسياحة، وخاصة في المناطق

1- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية **الكتاب الأول مرجع سابق**، ص22.

2 – رؤوف محمد علي الأنصاري، **السياحة والبيئة** مجلة الموروث إلكترونية شهرية متخصصة في عالم الكتب ، العدد السابع والخمسون، نوفمبر، (2012): http://www.iraqnla-iq.com/fp/journal57/images/button11.jpg..

This is trial version
www.adultpdf.com

الإقتصادية الهشة، التي تكمن في إنشاء وظائف وفي مضاعفة التدفقات المالية وفي الإبقاء وخلق خدمات أمام إستراتيجية تنمية مستدامة تدمج الإهتمام بالحفاظ على التراث التاريخي والثقافي وإنعاشه.

5 -**التحسين الدائم لصورة الجزائر** : من خلال تغيير الذهنيات والتصرفات ، لبناء ثقافة سياحية جديدة ودائمة في الجزائر ، خاصة وأن هذا القطاع في حاجة إلى تصورات ، وسلوكات جديدة ، تمكن من إعطاء صورة لائقة ولامعة للقطاع ، ويرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون ، في السوق الجزائرية ضمن منظور يجعل منها سوقاً هامة وليست ثانوية ، بما في ذلك مجموعة المواد، والطاقات المتاحة، والتي تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين.

المطلب الثاني: الحركيات الخمس للتفعيل السياحي للجزائر

تشكل الحركيات الخمسة الطريق السريع، والمستدام لإنعاش السياحة ، مدعومة بعودة الجزائر إلى الساحة الدولية، وتثمين موقعها الإستراتيجي ، مما يدعو إلى إعادة الإعتبار للمكان ، والدور الذي يتعين على السياحة أن تلعبه ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، وتتمثل الحركيات الخمس فيما يلي:[1]

أولا: مخطط الجزائر الوجهة

على غرار الدول السياحية، تطمح السياحة الجزائرية أن تكون، ممثلة في المواقع الرئيسية الموفدة للزبائن من جهة ، وجمع وإحداث تعاون بين كل الطاقات، الإجتماعية المهنية على أساس إستراتيجية التسويق من جهة أخرى، وفي هذا الإطار فإن سياسة تنمية السياحة لآفاق عام (2030) ترمي إلى وضع بنية وجهة سياحية تكون:

- منافسة على المستوى الدولي ، وقادرة على تلبية الإحتياجات الوطنية في التسلية والراحة ، ومنتجة إقتصادياً، وإجتماعياً؛
- ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية، لتصبح وجهة سياحية كاملة، فالهدف هو زيادة شهرة الجزائر وإعطاء صورة شاملة وجذابة.

ثانيا: الأقطاب السياحية للإمتياز

تهدف هذه الحركية إلى إبراز "الأقطاب السياحية"[2] كنماذج من قبل السوق السياحي الدولي وهذه الأقطاب ستساهم بطريقة فعالة في صناعة الصورة السياحية للجزائر.

1- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، **الكتاب الثاني الحركيات الخمس ، مرجع سابق**، ص22.

2 - مفهوم القطب السياحي للإمتياز: القطب مفهوم قوي في إقتصاد الإقليم وأداة جد متطورة في الخط التوجيهي الثالث فيما يخص الجاذبية وتنافسية الإقليم. القطب السياحي هو تركيبة من القرى السياحية للإمتياز، في رقعة جغرافية معينة، مزود بتجهيزات الإقامة التسلية، الأنشطة السياحية والإدارات السياحية، في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية يستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له ذلك الإشعاع على المستوى الوطني والدولي. أنظر المرجع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب الثاني الحركيات الخمس.

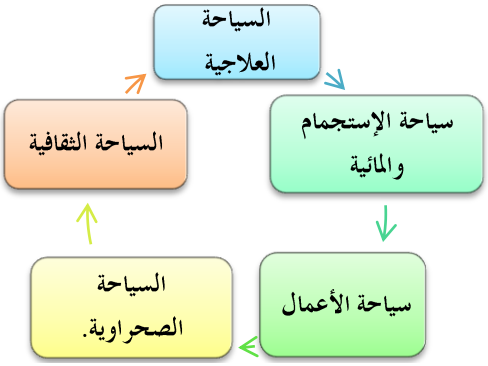
This is trial version
www.adultpdf.com

إن أقطاب الإمتياز، هي الفضاءات التي تقدم القدرات السياحية ذات النوعية الرفيعة، بشكل يساعد على إنجاز إقامات سهلة الوصول والبلوغ، وذات جودة شاملة ومتميزة، فهي في طبيعتها إطار لربط وتعاون الكفاءات المعارف، والحرف والإمكانيات المادية والمالية، كما أنها تشجع الإبتكار ، وخلق القيم بهدف الإزدهار الذي تتيحه من خلال ترقية بقية الأنشطة المحلية خاصة الخدمية ، ويعتبر القطب السياحي متعدد الأبعاد، يُدمج المنطق الإجتماعي (الإحتياجات الأولية للسكان) والثقافي، بالإضافة إلى الإقليمي (خاصيات، ميزات الإقليم)، والتجاري (الأخذ بعين الإعتبار التوقعات، ومتطلبات السوق) كما يمكن لرقعته الجغرافية أن تدمج منطقة أو عدة مناطق التوسع السياحي ، فهو يُركز على موضوع رئيسي (السياحة الصحراوية، وسياحة الإستجمام، والسياحة العلاجية والصحية) من أجل التماسك في تموقعه، غير أنه يخوض في المواضيع الأخرى قصد تجنب أُحادية الوظيفة. وبهذا التعريف تصبح الأقطاب مؤهلة لتكون أقطاب سياحية للإمتياز ، وواجهات للنهضة السياحية في الجزائر ، وإنطلاقا من تهيئة هذه الأقطاب يصبح الهدف هو الشروع في الإنطلاقة التي تدفع بالترقية السياحية.

وترتكز تنمية أقطاب الإمتياز على القدرات السياحية الجزائرية المتعددة، إذ يتعلق الأمر بتنمية المنتج، والفروع الأكثر تمثيلية ، والأفضل وفقا للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية ، والتي تتمحور حول العناصر التي يوضحها الشكل الموالي:

الشكل رقم: 46

المنتج السياحي الذي تركز عليه تنمية أقطاب الإمتياز آفاق (2030)



المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على وزارة السياحة والصناعات التقليدية (2012).

نلاحظ من خلال الشكل رقم: **(46)** أن هناك ستة فروع لها الأفضلية في الفترة (2008-2015) وتتمثل في سياحة الإستجمام البحري، والسياحة الصحراوية، والثقافية، والعلاجية الصحية ، وكذا سياحة الأعمال المطلوب تطويرها حسب أهداف كل فرع ، وكل قطب يمنح أولوية التطوير للفروع الواعدة والغالبة.

فقد تبنت الجزائر فكرة الأقطاب السياحية ، حين أصبحت العولمة ، والتطور العالمي يحثان على البحث، والتثمين عن طريق الأقاليم ذات المواقع التنافسية المرتكزة على بعض المجالات المشكِّلة لأقطاب الإمتياز.

This is trial version
www.adultpdf.com

والجدول التالي يوضح توزيع عدد المشاريع حسب الأقطاب السبعة للإمتياز، وتحديد الطاقة الإيوائية المستقبلية آفاق (2030).

جدول رقم: 53

جدول يوضح الطاقة الفندقية للأقطاب السبعة

القطب السياحي لإمتياز	عدد الأسرة للفنادق من جميع الأصناف	عدد القرى السياحية	عدد الأسرة للقرى السياحية
القطب السياحي شمال وسط	9295	11	39849
القطب السياحي شمال شرق	5965	3	7378
القطب السياحي شمال غرب	10146	4	6852
القطب السياحي جنوب شرق الوحات	2092	1	92
القطب السياحي جنوب غرب توات الوحات	1513		
القطب السياحي الجنوب الكبير الطاسلي	150		
القطب السياحي الجنوب الكبير اهقار	225		
إجمالي الأسرة (فنادق)	29368		
إجمالي الأسرة (قرى)	54171		
إجمالي الأسرة (فنادق+قرى)	83557		

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الثالث، الأقطاب السياحية السبعة لإمتياز، جانفي (2008)، ص5 .

من خلال الجدول رقم: (53) نلاحظ أن نصيب الأقطاب الشمالية يحظى بحصة الأسد فيما يخص عدد القرى السياحية، بحيث يقدر العدد بـ 18 قرية، وهذا ما يترجم التركيز على السياحة الساحلية، في حين لاحظنا إهمال المناطق الجنوبية بحيث يكاد يكون نصيبها من القرى السياحية معدوم ، وهذا بالرغم من أن مساحة الجنوب تمثل 70% من مساحة الجزائر ، بالإضافة إلى المناطق السياحية التي يمكن إن إستغلت إستغلالاً رشيداً أن تعود بإيرادات هامة للدخل الجزائري.

ثالثا: مخطط نوعية السياحة

بقصد الإستجابة للهدف، المادي والنقدي، في مخطط الأعمال لآفاق (2030)، أصبح تكوين المورد البشري أمراً ضرورياً، وقد حددت ثلاثة أهداف إستراتيجية للتكوين، للوصول إلى الحِرَف السياحية الحقيقية، وتحضير الجزائر سياحياً لآفاق (2030).

إن مخطط النوعية يرتكز على التكوين، وتعليم الإمتياز كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والإتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم، و تهدف هذه الحركية إلى: [1]

- تعزيز القدرة التنافسية الوطنية من خلال دمج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية، ومن خلالها تحقيق إحترافية أكبر؛
- تثمين المناطق السياحية ، وخلق إستدامة للعرض السياحي الجزائري من خلال وضوح الرؤية وتحسين النوعية للسياح؛

1- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، **الكتاب الثاني الحركيات الخمس، مرجع سابق**، ص47.

This is trial version
www.adultpdf.com

- العمل على إستفادة المؤسسات السياحية المشاركة في هذه العملية عن طريق تقديم المساعدة والأدوات اللازمة لتنميتها، بما في ذلك مرافقتها في عمليات الترميم على ترقيات، وإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع والتكوين؛
- ضمان ترويج مميز للمتعاملين المشاركين في المقاربة الخاصة بالنوعية من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات التي تحمل علامة نوعية السياحة الجزائر، عن طريق ضمان أفضل إندماج في القنوات التجارية من خلال وضع أفضل.

هذا، ويرمي مخطط النوعية إلى الإجابة على ثلاثة أسئلة:

1 -مبررات المخطط النوعي للسياحة

من أجل بناء مقصد سياحي جزائري ، وتثمينه ، وتحسين صورته والإرتقاء بالجودة والنوعية بمفهومها الواسع ، إلى المقاييس العالمية ، وتعزيز كل حلقات السلسلة السياحية ، وتوفير التسهيلات والإجراءات المدعمة للنشاط السياحي بمختلف أنواعه.

2 -شركاء مخطط النوعية السياحية

يعتمد مخطط النوعية السياحية على التعرف على المؤسسات الشريكة، ويتعلق تنفيذه في المرحلة الأولى بأربعة شركاء: الحصة الكبرى من الحظيرة الفندقية (200 فندق مصنف أو يعاد تصنيفه) الإطعام الفاخر، ووكالات السياحة والسفر، والغرف السياحية المحلية الرئيسية.

3 -تدابير تنفيذ مخطط النوعية السياحية

تمثل إجراءات وآليات تنفيذ مخطط نوعية السياحة في:

- الإعلان عن أهداف مسعى مخطط نوعية السياحة، وتحديد إلتزاماته؛
- تقييم إلتزامات المحترفين على مستوى: الإعلام/ الإتصال والإستقبال؛
- مراقبة الأماكن (المواقع)، والنظافة والصيانة، وتقويم المورد المحلي؛
- إبرام عقود الرخص النوعية السياحية مع المؤسسات التي تنخرط في مسعى النوعية؛
- تقويم المحترفين بإيجاد دمغة عليها "السياحة النوعية الجزائرية" توضع على مدخل مؤسساتهم.

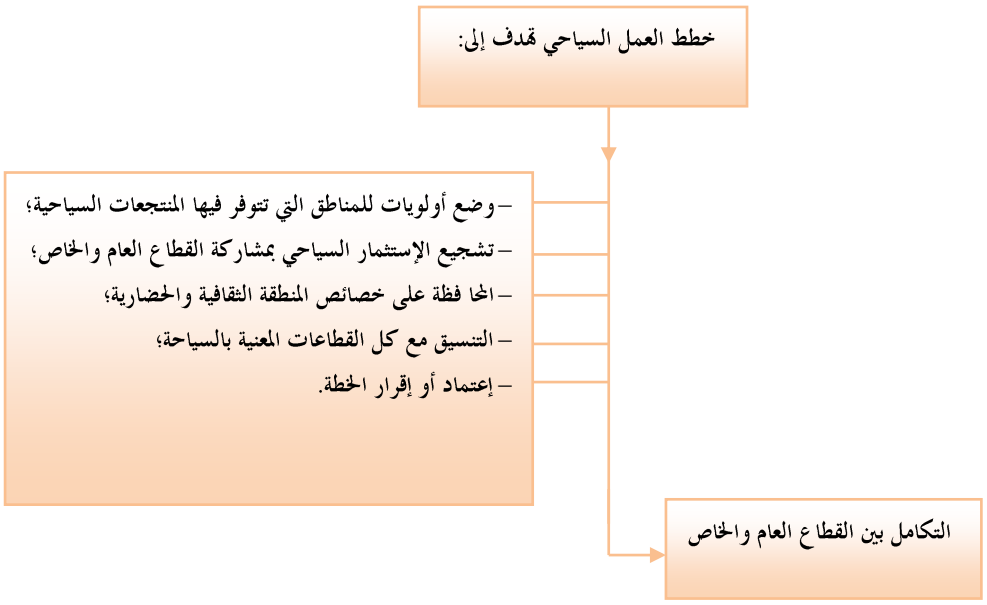
رابعاً: مخطط الشراكة العمومية – الخاصة

من أجل تحقيق التنسيق الكامل بين القطاع العام والخاص في مجال التنمية السياحية ، يوضع خطط عمل سياحية تهدف إلى تحقيق الأهداف على حسب الشكل الآتي:

This is trial version
www.adultpdf.com

الشكل رقم: 47

هدف تحقيق التكامل بين القطاع العام والخاص.



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على عثمان محمد غنيم، بينتا نبيل سعد، **التخطيط السياحي، مرجع سابق**، ص 212.

يستخدم القطاع العمومي عوائد الرسوم في تطوير خدمات البنية التحتية، بينما القطاع الخاص يقوم بتطوير المرافق والخدمات السياحية، ولكن تبقى مهمة القطاع العمومي التخطيط والرقابة، ويظل التنسيق والتكامل بين القطاع العام والخاص ، ضرورياً مع مساهمة المجتمع المحلي ، وبعدها يتم تبني الخطة الخاصة بالتنمية السياحية، وتدمج مع خطط القطاعات الأخرى.

ويمكن الحديث عن شراكة عمومية خاصة، عندما يتحرك المتعاملون العموميون ، والخواص سوياً للإستجابة بأكثر فعالية للطلب الجماعي، عن طريق تقسيم الموارد، والأخطار والأرباح، وحينها يلعب كل واحد دوره (الدولة والقطاع الخاص).

هذا، وتلعب الدولة ، والجماعات المحلية دوراً ضرورياً في المجال السياحي ، خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة، ووضع المنشآت كالمطارات والطرق ...الخ، في خدمة السياحة ، كما أنها تسهر على النظام العام والأمن، وتدير المتاحف والصروح التاريخية ، وتصون الصورة الرفيعة للبلاد ، والمواقع بواسطة سياساتها، وعمليات الإتصال.

خامساً: مخطط تمويل السياحة

أخذ مخطط التمويل بعين الإعتبار بطء عائدات الإستثمار في القطاع السياحي، لغرض دعم الأنشطة السياحية، وجذب المستثمرين المحليين والأجانب، كما شمل بعض الإجراءات الضرورية نذكرمنها: [1]

1– المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الثاني الحركيات الخمس، **مرجع سابق**، ص57.

This is trial version
www.adultpdf.com

-مرافقة المستثمرين المرقين، وأصحاب المشاريع كالمساعدة في أخذ القرار في تقدير المخاطر ، وفي تمويل عتاد الإستغلال؛

-إنشاء أداة جديدة متمثلة في بنك الإستثمار الذي يهدف إلى تشجيع الإستثمار بالسماح للمتعامل المبدع بتقليل المخاطر أي بتحديد شروط إستمرارية المشروع؛

- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية، ومنح الحسم؛
- التمديد في مدة القرض.

والإطار الذي يعمل به مخطط التمويل هو بنك الإستثمار المستقبلي الذي يهدف إلى:

- إجراءات الدعم، والإلزام بالإكتتاب في مخطط نوعية السياحة (PQT)[1]؛
- المساعدة في إتخاذ القرار والمساعدة على تقييم المخاطر؛
- يضع بنك الإستثمار أو البنك التجاري، التمويل الأكثر تكيفا مع (التأخير، وتسليم المشاركة) ومفهرس في أداء المؤسسة، وفصيلة النشاط؛
- ضرورة منح رؤية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية حتى يحظى ب إهتمام كبار المستثمرين المحليين والدوليين.

كما يقدم بنك الإستثمار ، الهندسة الأولية لإطلاق المشاريع بالتكفل بكل أو جزء من الدراسات ويتم الدعم المالي بالتمويل بنسبة 80% لدراسة سقفها 500.000 دينار جزائري.[2]

المطلب الثالث: مراحل تنفيذ، وتقييم المخطط التوجيهي آفاق (2030)

تنفيذ المخطط التوجيهي يتم عبر ثمانية مراحل كالتالي: [3]

أولا: وضع هيكل القيادة

تمثل هذه المرحلة خارطة الطريق، لتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT)، وتحدد إطار التنفيذ، والترتيبات التنظيمية، والنشاطات التي يتعين القيام بها ، وكذلك المدة الزمنية ، ويُكَلَّفْ مدير الهيئة ومختلف الرؤساء، بالمهام ويُنظِّم إجتماع الإنطلاق من أجل:

- تحديد البرنامج التقديري لإنجاز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؛
- تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، و شرح أهدافه ومحتواه؛
- توضح أدوار كل متدخل؛
- تحديد طريقة سير الهيئة؛
- تخطيط إجتماعات العمل.

1 – PQT : Plan qualité tourisme.

2- الوكالة الوطنية لتطوير السياحة وزارة السياحة، والصناعات التقليدية. الجزائرية. http://www.andt-dz.org/ar .

3- المخطط التوجيهي لتهيئة السياحية، الكتاب الرابع، المخطط العملي، **مرجع سابق**، ص 32.

This is trial version
www.adultpdf.com

ثانياً: تنظيم ورشات العمل لكل مشروع

تعتبر هذه المرحلة مرحلة التنظيم ، بحيث يتمثل هدف ورشات العمل في جمع كل أعضاء الخلية للعمل حول مشروع محدد، وتحديد الطريقة العملية المناسبة ، وتعالج ضمن الورشات مختلف الإشكاليات التالية: الفروع العقارية، والهياكل المالية، وفيما بين القطاعات، والمتعلقة بكل مشروع ذي أولوية ، بحيث يتم التطرق لكل مشروع من مختلف أوجه موضوعاته، والتي تكون عبارة عن الإيواء والإطعام والتجهيزات السياحية والتسلية، والترقية والإتصال، وطريقة التسيير بالإضافة إلى المقاربة العمرانية.

ثالثاً: تعريف الإستراتيجية وفقاً لكل قطب سياحي

في هذه المرحلة، يحدَّدْ كل مكَلَّف بمهمة محلية مراحل تنفيذ المخطط على مستوى قطبه ، بناءًا على ما تم تحديده في المرحلة الثانية، وهكذا سَتَبْرُزْ أولويات التدخل، كما حددتها مختلف الورشات ، والتي تخص القطب السياحي الذي يتولى التكفل به ، ويقوم بإعداد رزنامة تقديرية، وتحديد مختلف الدراسات الضرورية لإنجاز الأقطاب.

رابعاً: انطلاق المرحلة قبل العملية للمخطط

يتم في هذه المرحلة إجتماع إتصالي مع ممثلي القطاعات الأخرى، الفاعلين المعنيين بكل مشروع وممثلي مختلف الفروع، والشروع في الدراسات، ومتابعتها، بالإضافة إلى وضع المرصد وأداة المتابعة ، وتقييم الأقطاب السبعة السياحية للإمتياز، والبحث عن المستثمرين.

خامسا: إنطلاق أول الورشات والمفاوضات

الورشات الأولى، هي الورشات ذات الأولوية، لكنها الورشات التي لا تعترضها صعوبات خاصة العقار أو إعادة تأهيل المنشآت الموجودة وتتم من خلال:

1 -تنظيم مسابقات التحكم في الأعمال؛

2 -إختيار مقدمي الخدمات؛

3 -إنطلاق الورشات؛

4 -دراسات التنفيذ.

وبمجرد إنطلاق الورشات الأولى، يتم الشروع في المفاوضات الضرورية ، لتنفيذ المشاريع الأخرى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، (إشتراك القطاعات الأخرى عن طريق إقتناء العقار، والبحث عن التمويل، ودعم المرافقة، بالإضافة إلى التعرف على الشركاء).

This is trial version
www.adultpdf.com

سادساً: وضع إستراتيجية للترقية والإتصال

ترتبط الحركة السياحية إلى حد كبير، بالصورة الذهنية حول المقصد السياحي، تلك الصورة التي يشكلها الإعلام بدرجة ملحوظة، بحيث يستوجب محور الإعلام السياحي توفر المعلومات حول المقاصد بصورة جذابة، وحقيقية ومحدثة، كإختيار صيغ الخطاب الإعلامي الملائم للأسواق، والفئات السياحية المختلفة، وكذلك يتطلب الإلحاح في تقديم الصورة الجاذبة للمقصد بأساليب متنوعة ومدروسة.

ولا يقتصر إهتمام هذا المحور فقط بإبراز المقومات السياحية بالمقاصد الجزائرية، وإنما ينبغي أن يهدف إلى تَقديم صورة شاملة للمجتمع المحلي المحيط بالمقصد من حيث قيمه، وعاداته، وتقاليده وثقافته، وعلى الأخص ما يدل فيها على الإنفتاح على شعوب العالم، وترحيبه وتفهمه للتنوع الثقافي لديهم.

إنَّ إرتباط الحملات الإعلامية ذات الكفاءة مع جهود الترويج السياحي يكون له تأثير إيجابي بالغ في نجاح تلك الجهود[1]. ففي المرحلة الأولى، يتوجه الإعلام إلى المحترفين (المتعامل السياحي، وكالات السفر) وإستعادة الثقة وتجديد صورة الجزائر، وإعطاء ضمانات بتنمية سياحة ذات نوعية.

سابعاً: إطلاق مخطط نوعية السياحة .

يتم تجسيد مخطط نوعية السياحة، بمعرفة المؤسسات الفندقية (فنادق، ومخيمات، وإقامات...) أصحاب المطاعم، والدواوين السياحية المحلية، وكالات السياحة والسفر والناقلين.

وتشمل عملية (مخطط نوعية السياحة) 20% من الحظيرة الفندقية (200 وحدة، مصنفة أو يعاد تصنيفها) وبواسطة تنشيط الهيئات النقابات المهنية (الإتحادية الوطنية للفندقيين، جمعية أصحاب المطاعم) كما تدعم أيضا بواسطة:

- عصرنة المؤسسات السياحية؛
- التصنيف القانوني؛
- مخطط التكوين.

ثامناً: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030).

إن إنجاز المشاريع المدعومة بمختلف الإجراءات المرافقة ، يكون بالوتكاز على مخططات العمل المحدد في المرحلتين الثانية والثالثة. وتقييم سير العمل من خلال عقد إجتماع كل ستة أشهر، للتعرف على درجة تقدم المشاريع وإحصاء الإنحرافات، و إعادة ضبط طريقة العمل الضرورية.

1- المخطط التوجيهي لتهيئة السياحية، الكتاب الرابع، المخطط العملي، **مرجع سابق**، ص 34.

This is trial version
www.adultpdf.com

والجدول التالي يبين المشاريع التي شُرع في إنجازها والتي في طريق الإنطلاق:

الجدول رقم: 54

المشاريع التي شرع في إنجازها و التي في طريق الإنطلاق

الأقطاب	عدد الفنادق	عدد الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	86	5965
القطب السياحي شمال وسط	49	9295
القطب السياحي شمال غرب	85	10146
القطب السياحي جنوب شرق الواحات	26	2092
القطب السياحي جنوب غرب توات	23	1513
القطب السياحي الجنوب الكبير طاسيلي	01	150
القطب السياحي الجنوب الكبير	04	225
المجمـــــــــــــوع	274	29386

المصدر: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية، (2013): Www.mta.gov.dz/accueil.htm

يبين الجدول رقم: **(54)** بأن المشاريع المرتقب إنجازها قد بلغ 247 مشروعاً موزعة على مختلف الأقطاب السبعة، مع ملاحظة أن أكبر عدد من المشاريع متمركزة في الأقطاب الشمالية والتي قدرت بـــ 220 فندق، وفي المقابل الأقطاب الجنوبية حوالي 54 فندق، ويرجع السبب في ذلك لحيوية المنطقة الشمالية وإقبال السواح على السياحة الشاطئية وسياحة الأعمال، أما بالنسبة للقرى السياحية المخطط إنجازها لآفاق (2030). فالجدول الموالي يوضح عددها :

الجدول رقم: 55

القرى السياحية المرد إنجازها في إطار المخطط التوجيهي (2030)

الأقطاب	اسم المشروع	المستثمر	الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	القرية السياحية مسيدة	الشركة الإماراتية ELLC	2440
القطب السياحي شمال شرق	القرية السياحية سيدي سالم	الشركة السعودية سيدار	4938
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية أقريون بجاية	سيفيتال	1282
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية صيران بومرداس	الشركة الإماراتية ELLC	2697
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية MEDISEA بومرداس	الشركة الأمريكية التونسية الجزائرية سياح	17510
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية عين طابة الجزائر	الشركة الإماراتية ELLC والمجموع الكويتية	5985
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية موريتي الجزائر	المجموعة الإماراتية EMIRAL	2004
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية الساحل الجزائري	شركة التنمية الفندقية الجزائرية	460
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية سيدي فرج الجزائر	الشركة الإماراتية القدرة	360
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية زرالدة	الشركة السعودية سيدار	6885
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية العقيد عباس تيبازة	الشركة الإماراتية إعمار	1240
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية واد بلاح سيزاري تيبازة	مجموعة سيفيتال	1426
القطب السياحي شمال غرب	الحلم السياحي وهران	مراغ وهران	5900
القطب السياحي شمال غرب	هيليوس كريستيل وهران	إقامة هيليو فرنسا	220
القطب السياحي شمال غرب	موسكاردة تلمسان	الشركة الإماراتية ELLC	732
القطب السياحي جنوب غرب	قصر ماسين تيميمون – أدرار	مجموعة الجنوب SID	92
القطب السياحي شمال وسط	حديقة ديجي الجزائر	المجموعة الإماراتية ELLC	1000
المجمـــــــوع			55166

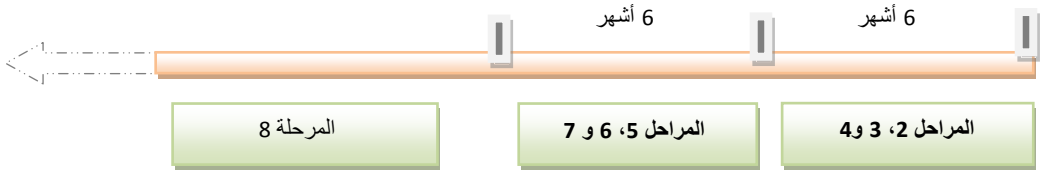
المصدر: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية : Www.mta.gov.dz/accueil.htm(2013)

This is trial version
www.adultpdf.com

الجدول رقم: **(55)** يبين أنه سيتم إنجاز حوالي 17 قرية سياحية ، موزعة حسب الأقطاب السبعة لإمتياز ونلاحظ بأن الأقطاب الشمالية تحتوي على أكبر عدد من القرى السياحة ، 16 قرية سياحية في حين كان نصيب الجنوب بقرية واحدة ، بطاقة إيواء 29 سرير فقط ، وأن أغلب المستثمرين أجانب خاصة من الإمارات.

مما سبق، نقول أن الإستراتيجية السياحية أصبحت، تعمل على تطوير، وإعادة الإعتبار للقطاع السياحي في الجزائر، والتركيز على منتج السياحة الساحلية، من خلال تدعيم المنشآت القاعدية والبنى التحتية، وضمان المحافظة على الإرث الثقافي والحضاري، وتطوير الخدمات وتأهيل الموارد البشرية[1].

ومن أجل إنجاز وتنفيذ المخطط التوجيهي ، كان لابد من وضع جدول زمني لكل مرحلة من مراحل المخطط، على حسب المؤشر التالي:



- من جوان (2007) وتم في هذه الفترة:
  - تجسيد مسار إعادة تكييف إستراتيجية من خلال عقد الجلسات الوطنية؛
  - إطلاق مخطط تكوين ومدارس تكوين في السياحة؛
  - تحويل الأقاليم إلى أقطاب سياحية.
- ومن أكتوبر (2007) إلى غاية جوان (2008) تم:
  - الشروع في ترتيبات الإستقبال في الأرضيات الكبرى لدخول التراب الوطني؛
  - دراسة وتيرة التقدم في بلوغ أهداف المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة؛
  - تعزيز أعمال تنفيذ المخطط والمرافقة المالية؛
  - وضع إستراتيجية لتسويق وجهة الجزائر؛
  - إطلاق مخطط نوعية سياحية.
- و إلى غاية ديسمبر (2007) تم:
  - إرساء الأسس الجديدة للإستراتيجية السياحية؛
  - تجسيد الإطار الجديد للعمل السياحي.
- ومن ديسمبر (2007) إلى غاية (2015) سيتم:
  - إنطلاق مفاوضات الشروع في إنجاز القرى السياحية بإمتياز؛

1- محجوب بدة وآخرون، **الجودة والإحترافية مفتاح الوجهة السياحية الجزائرية**، مجلة الأبحاث الإقتصادية، العدد 13 تصدر عن دار الأبحاث للترجمة و النشر والتوزيع الجزائر، (2009)، ص45.

This is trial version
www.adultpdf.com

- تعريف وتحديد الأقطاب والقرى السياحية بإمتياز؛
- الإطلاق المتزامن للحركيات الخمس؛
- إطلاق الإستثمار السياحي.

➢ من (2015) إلى غاية (2030) سيتم تعزيز سياسة التحول السياحي للجزائر ، وتجسيد المخطط التوجيهي، ويتم تسيير متابعة المشاريع من خلال اللجنة الوطنية للقيادة لضمان المطابقة ، والتصديق على مراحل الإنجاز بالنظر لإلتزامات مكتب التسيير بسمعة دولية، والوساطة بين القوى العمومية والمستثمرين ومكتب متخصص للإستشارة في المنازعات وإعداد دليل بالشروط المطبقة على المشاريع.[1]

مما سبق، نستنتج بأن المخطط التوجيهي شرع فعلاً في تنفيذ مراحله الأولى إبتداء من جوان (2007) إلى غاية ديسمبر (2007) في وضع اللبنات للإستراتيجية الجديدة بواسطة تنفيذ مسار إعادة ملائمة إستراتيجية (2030) من خلال عقد الجلسات الوطنية والبدء في إنشاء مدارس التكوين في السياحة والتحول إلى أقطاب في الأقاليم السياحية .

كما أعلنت وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية، على توقيع 49 عقداً إستثمارياًجديد سيمكن بلوغ تحقيق نسبة 68 % من الإستراتيجية الوطنية لمخطط التهيئة السياحية ، وأن منح هذه الموافقة تضاف إلى 483 تمت الموافقة عليها مسبقاً ، بإمكانها رفع طاقة الإستيعاب بـــ 70 ألف سرير في آفاق (2015). وأن الجزائر تعتزم إستقبال 2,5 مليون سائح في آفاق (2015) وذلك بعد إعادة تأهيل حوالي 85 ألف سرير، لتبلغ طاقة الإستيعاب 75 ألفا بالمقاييس الدولية، بالإضافة إلى المشاريع التي سيتم إنجازها في إطار المخطط الوطني لتهيئة القطاع. بحيث بلغ عدد السواح مليون سائح سنة (2009) وتمكنت من تحقيق مداخيل قدرت بـ 330 مليون دولار، وتهدف الدولة في إطار إستراتيجيتها إلى تحقيق مداخيل تقدر بحوالي 2 مليار دولار، لتساهم بنسبة 3 % في الدخل الوطني الخام.[2]

المطلب الرابع: معوقات ومبادئ التنمية السياحية

تسعى العديد من الدول ، وخاصة الدول التي تهدف إلى تحقيق تنمية مستدامة إلى تطوير ، وتنشيط القطاع السياحي، لما يُحدثه من تنمية إقتصادية وإجتماعية. والجدير بالذكر أن السياسات السياحة لا تبنى فقط على إعتبارات إقتصادية وتكنولوجية، ولكن يجب أن يؤخذ بعين الإعتبار أيضاً الحفاظ على البيئة وإحتياجات السكان المضيفين عامة والذين يعملون في الحقل السياحي خاصة، إذ أن السياحة التي تستجيب لهذه الشروط هي السياحة البديلة أو السياحة المتوافقة.

1- المخطط التوجيهي لتهيئة السياحية، الكتاب الرابع، المخطط العملي، **مرجع سابق**، ص 34.

2- وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية ،الجلسات الوطنية ،**مرجع سابق** . Www.mta.gov.dz/accueil.htm.

This is trial version
www.adultpdf.com

والجزائر كغيرها من الدول عند تبنيها لمبادئ التنمية السياحية المستدامة، واجهتها بعض المشاكل وبناء عليه سنحاول أن نُسلط الضوء على أهم المشاكل التي يواجهها القطاع السياحي في الجزائر ومبادئ التمنية السياحية:

أولاً: **معوقات التنمية السياحية**

تم إحصاء إحدى عشر مشكل يعيق التنمية السياحية كالتالي:[1]

1 -**غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية**، بحيث نجد:

- غياب التشاور حول الأمور الأساسية وتجاوب ضعيف مع حقائق الميدان؛
- مواقع بلا صيانة وغير مثمنة بصورة كافية.

2 -**طاقات إيواء غير كافية، وذات نوعية سيئة**

- هياكل إيواء ذات نوعية رديئة وبأسعار باهظة نسبياً بالنسبة للسكان المحليين؛
- عجز في طاقات الإستقبال، والهياكل الفندقية والإطعام ذات نوعية؛
- 10 % فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية.

3 -**غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق بالنسبة لوكالات الأسفار**

- أنشطة موجهة نحو السياحة الموفدة 80% عمرة وأسفار نحو الخارج 10% إستقبال (وكالات الجنوب) و10 % تذاكر؛
- عدم التكيف مع الطريقة العصرية للتسيير الإلكتروني للنقل قصد تنظيم عمليات الحجز والخدمات؛
- غياب التحكم في التقنيات الجديدة لسوق السياحة الدولية، والذي هو في تحول مستمر؛
- خضوع إستقبال السياح في الجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم؛
- عدم وجود تنظيم لوكالات الأسفار وميثاق يحكم المهنة؛
- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين؛
- غياب مخطط للتكوين المستمر.

4 -**نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق خاصة.**

- نوعية تكوين غير ملائمة، مع متطلبات عرض سياحي بإمتياز؛
- نقص التأهيل والكفاءة لدى المستخدمين في القطاع السياحي.

5 -**ضعف نوعية المنتج وخدمات السياحة الجزائرية**

خدمات مرتفعة السعر بالنسبة للسكان المحليين وذات نوعية أقل للمنافسة الدولية (التونسية والمغاربية).

1 – المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، **الكتاب1**، **مرجع سابق**، ص53.

This is trial version
www.adultpdf.com

6 -**توغل ضعيف لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في السياحة**

- عدم كفاية مواقع الإنترنت مع التركيز على ترقية الصحراء، والإكتشاف الثقافي؛
- صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والإتصال في قطاع السياحة؛
- عدم وجود سند تفاعلي وإتصالي.

7 -**ضعف نوعية النقل**

- عدم القدرة على خدمات النقل متكيفة مع الطلب، وزادت حدة من خلال التسعير المبالغ فيه؛
- سوء الربط الجوي بإتجاه الجنوب بالإضافة إلى إنعدام التنسيق في رحلات الربط عند المغادرة بإتجاه الخارج.

8 -**بنوك وخدمات مالية غير متكيفة**

- عدم ملائمة وضعف وسائل الدفع العصرية، على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلة للسياح؛
- قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواءً بالنسبة للإستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج؛
- تعارض طريقة تمويل الإستثمار والنشاط السياحي مع طبيعة الإستثمار السياحي.

9 -**مشاكل الأمن**

مشاكل متكررة ومتفرقة (غياب الأمن الصحي، الغذائي، إضطرابات) وعدم وجود حماية للسياح والزوار وعدم إتخاذ التدابير التي من شأنها منع وقوع الجرائم في المرافق السياحية ، أو تَعرض السياح للمخاطر الصحية والأخلاقية، ومراقبة العناصر المشبوهة التي تستغل السياح والزوار، ومطاردتهم.

10 -**تسيير وتنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية**

- غياب أدوات التقييم، ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي؛
- المبالغة في إجراءات إستخراج التأشيرات والدخول؛
- طريقة تسيير غير متكيفة مع السياحة العصرية.

11 -**عجز في تسويق وجهة الجزائر**

- ضعف الإتصال الداخلي والخارجي، وضعف في التعاون بين مختلف القطاعات، والشركات في قطاع السياحة؛
- عدم وجود أدوات للإعلام للتسويق الإستراتيجي على النشاط السياحي؛
- وسائل ترقية متآكلة وغير مؤهلة (قديمة) لا تتماشى مع تقنيات الإتصال الحديث؛
- لوحات إشهارية غير كافية وعادية وغير متكيفة مع التسويق الجواري؛
- ضعف تسويق الوجهة الجزائرية.

This is trial version
www.adultpdf.com

ثانياً: مبادئ التنمية السياحية المستدامة.

تتطلب التنمية السياحية تطوير النشاطات البشرية في الأقاليم ، مما يؤدي بصفة نظامية إلى إزدياد في حجم النفايات (نفايات الورشات، نفايات منزلية، نفايات المؤسسات السياحية) زيادة في إستهلاك المياه وزيادة في المخلفات من المياه المستعملة، وتغيير في أنظمة تصريف مياه الأمطار، وإحتياجات جديدة في مجال التنقلات، وكذلك زيادة في الطلب من الطاقة (التدفئة، والماء الساخن، والإنارة) بالإضافة إلى أضرار صوتية جديدة (إقامة أنشطة بها ضجيج، تنقلات...)

ومن خلال كل ما سبق كان لابد من وضع مبادئ للتنمية السياحية المستدامة والتي تتمثل فيما يلي:[1]

1 -**مبدأ التخطيط الإستراتيجي**: يتطلب تحقيق التنمية المستدامة إيجاد تغييرات سياسية ، ومؤسسية تُصَمم بعناية لتلبي الإحتياجات التي تَم تحديدها، ويتحقق ذلك من خلال تطبيق مبدأ التخطيط الإستراتيجي.

2 -**مبدأ وضع أهداف واقعية ، ومرنة للسياسة**: توضع الأهداف للمساعدة في تحديد كمية ، وجودة المخرجات المتوقعة أو الأوضاع المرغوب فيها ، وتعتبر الأهداف التي يصاحبها الحوافز من أدوات تنفيذ السياسة الأكثر فاعلية، وتستخدم عندما تتاح القدرة على ذلك، وتمثل الأهداف تحدياً ، ومع ذلك فإنها واقعية ويمكن تحقيقها.

3 -**مبدأ السياسة المتكاملة بين القطاعات المختلفة**: ولتحقيق أكبر قدر من التكامل يجب في البدء بتحديد السياسات المتضاربة وتأثيراتها ، وبالتالي يمكن تحقيق التوازن بين السياسات ب إستخدام الأدوات المنهجية المناسبة.

4 -**مبدأ الحكم الرشيد** : لتحقيق التنمية المستدامة يجب أن يقوم الحكم في المستويات الوطنية ، والمحلية والمحافظة على الشفافية في صنع القرار ومشاركة المواطنين ، والمجتمع المدني في صنع القرار والمسئولية والمساءلة والمحاسبة في التنفيذ .

5 -**مبدأ لامركزية السلطة والتفويض** : من الضروري أن تتحقق تدريجيًا لامركزية إتخاذ القرار إلى أقل مستوى ممكن، حيث تنتقل الإختصاصات والمسئوليات من المستوى المركزي إلى المستويات المحلية.

6 -**مبدأ رفع الوعي** : يؤكد هذا المبدأ على أهمية التعليم وبناء القدرات في رفع الوعي ، وإستيعاب كل فئات المجتمع لقضايا التنمية المستدامة، وزيادة الإهتمام العام بهذه القضايا.

7 -**مبدأ العدالة بين الأجيال** : يؤكد هذا المبدأ على ضرورة أن تترك الثروات الطبيعية للأجيال القادمة بنفس القدر الذي تسلمت به الأجيال الحالية تلك الثروات، حتى يتوفر للأجيال القادمة نفس الفرص أو فرص أفضل لتلبية إحتياجاتها مثل الجيل الحالي.

1- هيئة الأمم المتحدة ،لجنة التنمية المستدامة . http://www.un.org/esa/dsd/csd/csd_csd17.shtml .

This is trial version
www.adultpdf.com

8 -**مبدأ تحقيق العدالة بين الجيل الحالي**: يدعو هذا المبدأ إلى التوزيع العادل للدخل مع تأمين الإحتياجات البشرية الأساسية لكل فئات المجتمع ، علمًا بأن عدم الإنصاف الإجتماعي داخل هذا الجيل يمكن أن يؤدي إلى الإحباط الإجتماعي وسوء إستخدام الموارد الطبيعية وتدميرها .

9 -**مبدأ الحفاظ على الموارد الطبيعية** : يدعو هذا المبدأ إلى ترشيد إستخدام الموارد الطبيعية لضمان إستدامة التنمية وبحيث تستخدم الموارد الطبيعية بطريقة تضمن الحفاظ على التنوع البيولوجي وحماية القيم والمناظر الطبيعية .

10 -**مبدأ تغريم الجهة المتسببة في التلوث**: يدعو هذا المبدأ الجهات التي يتسبب نشاطها في إحداث ضغوط على البيئة، أو إذا أنتجت أو إستخدمت أو تاجرت في المواد الخام أو المنتجات شبه النهائية أو المنتجات التي تحتوي على المواد المضرة بالبيئة، تقوم هذه الجهات بدفع رسوم مقابل تسببها في هذا التدهور.

11 -**مبدأ قيام المستخدم بالدفع**: ينص هذا المبدأ على أن أي فرد يستخدم الموارد الطبيعية، يجب أن يدفع سعر واقعي، في مقابل هذا الإستخدام على أن تغطي هذه القيمة تكاليف معالجة مخلفات الإستخدام ويطبق هذا المبدأ على الخدمات مثل الإمداد بمياه الشرب، وجمع مياه الصرف الصحي ومعالجتها، وجمع المخلفات البلدية والتخلص منها...الخ .

12 -**مبدأ المسئولية المشتركة**: يحتاج تحقيق التنمية المستدامة إلى شعور المنتفعين بمسئوليتهم المشتركة تجاه الحد من ضغوط التنمية على البيئة والموارد الطبيعية والمجتمع .

13 -**مبدأ التخطيط والتنمية العمرانية ، و إستخدامات الأراضي** : يعتبر التخطيط العمراني وتخطيط إستخدام الأراضي أداه رئيسية لتحقيق التنمية الحضرية ، والريفية المستدامة، والإستخدام المستدام للأراضي وتخصيص الموارد، مع الأخذ في الإعتبار تأمين الفاعلية الإقتصادية ، والإجتماعية وصحة ورفاهية المجتمعات الريفية، والحضرية.

This is trial version
www.adultpdf.com

المبحث الثاني: أثار آليات الترقية السياحة على التنمية المستدامة

يحظى قطاع السياحة بنصيب كبير من الأبحاث والدراسات ، التي تعنى بتشخيصه ومحاولة تقييم أدائه خاصة ما يتعلق بالجانب الاقتصادي الذي أصبح يحتل مكانة كبيرة، ويتم قياسه بعائدات السياحة ونفقاتها، بالإضافة إلى مؤشرات الإقتصاد الكلي، لكن النشاط السياحي لا ينحصر في الآثار الإقتصادية فحسب، بل يتعداها إلى الآثار الإجتماعية التي يجب أن تؤخذ بعين الإعتبار ، حين يهدف من ورائها إلى خلق مناصب شغل مباشرة ، أو التأثير على السلو كيات، والتركيبة الإجتماعية للمجتمعات المضيفة وبالإضافة إلى الآثار الإقتصادية والإجتماعية للسياحة ، هنالك أثر آخر لا يمكن إغفاله، يتمثل في تأثير هذا النوع من الأنشطة على البيئة المحيطة، بالنظر إلى تأثيره على الأقاليم وسكانها على المدى القصير ، والمدى المتوسط، والمدى الطويل، بالإضافة إلى تأثيره على البلدان المضيفة والسكان المحليين. وقد ركزت العديد من الدراسات على أهمية الآثار البيئية للسياحة ، وكذا تأثيرها على السكان المحليين من ناحية فقدان الهوية التاريخية والثقافية وحتى من ناحية الرفاهية.

المطلب الأول: الآليات المقترحة لتنمية السياحية المستدامة في الجزائر

إن الجزائر تصدر السياح أكثر مما تستقبله، ومن ثم فإن الأهداف المنوطة بالنشاط السياحي تتمثل في التوصل إلى توازن أفضل، ورفع الطلب الداخلي المستمر في الإتساع، بالنظر للإرتفاع المرتقب للدخل الفردي من الناتج الداخلي الخام.

وسيتم التطرق إلى بعض الآليات التي قد تساهم إلى حد بعيد في التنمية السياحة المستدامة في الجزائر كالتالي :

أولاً: توفير الخدمات والتسهيلات السياحية

لا يكتمل المنتج السياحي إلا إذا توفرت الخدمات والتسهيلات السياحية ، ويبرز ذلك من خلال ما يلي:[1]

- خدمات وتسهيلات الوكالات السياحية،
- خدمات وتسهيلات المعلومات السياحية؛
- خدمات وتسهيلات خاصة بالطعام،
- خدمات وتسهيلات البنية التحتية؛
- خدمات وتسهيلات الإقامة؛
- الخدمات والتسهيلات الأمنية.

1- ياقوت أمينة مختار، **كيفية اجتذاب أسواق جديدة لسوق المصرية**، مجلة البحوث السياحية عدد ديسمبر وزارة السياحة القاهرة (2008)،ص13.

This is trial version
www.adultpdf.com

فيما يخص البنية التحتية، فقد كشف تقرير التنافسية العالمية لسنة (2013) الذي يعده المنتدى الإقتصادي العالمي، أن الجزائر إحتلت المرتبة 106 عالميا،[1] وهي مرتبة متأخرة قياساً إلى تخصيص جزء هام من البرامج الخماسية المتتالية التي بلغت 400 مليار دولار منذ 10 سنوات، كما كرست الجزائر ميزانية تقدر ب 114.4 مليون دولار بحلول عام (2012)، خُصِّصَتْ لتطوير التعليم، والرعاية الصحّية، وإدخال تحسينات على قطاع المياه والكهرباء، وتمديد شبكة الغاز الطبيعي إلى المناطق المعزولة، كما خصّصت مبلغاً هاماً من هذه الميزانية لتحسين قطاع السكن ، حيث إستحدثت الجهات الوصية شبكة نقل خفّفت من وطأة حركة السير في المدن، وهذا عن طريق مشاريع الميترو ، والترامواي، وتهيئة الطرقات، أبرزها مشروع القرن الطريق السيّار على مسافة 1200 كيلومتر، وتعتزم في آفاق (2014)إستثمار156 مليار دولار مشاريع جديدة للبنى التحتية، وتخصيص 130 مليار دولار لمشاريع السكك الحديدية ، والطرق، والماء الصالح للشرب، والصرف الصحّي، وفي مجال الصحّة تعتزم إنجاز 127 مستشفى و45 مجمع صحي متخصص و377 عيادة طبية، مع إنجاز 70 مؤسسة إستشفائية لرعاية المعاقين ، كما خصّصت مبلغ 6,6 مليار دولار لمشاريع الحفاظ على البيئة والمحيط والإنتهاء من مشاريع محطّات تحلية مياه البحر الموزّعة عبر الوطن، وتخصيص 2,4 مليار دولار لبناء المعاهد، و82 مركز تدريب ومبلغ ملياري دولار لإنشاء مناطق صناعية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. كما تعتزم إنشاء 5000 مرفق رياضي جديد، منها 80 ملعب و400 مسبح تسعى من خلالها إلى تنمية البنى التحتية.[2]

كما أبرمت الجزائر 80 إتفاقا يخص التعاون والشراكة المتعلقة بإنعاش منظومتها السياحية، في خطوة هي الأكبر من نوعها منذ سنوات طويلة، ويتعلق الأمر ب إنشاء سلسلة فنادق ، ومركبات سياحية ، وكذا تحسين مستوى ونوعية الخدمات، وبعث بنك للإستثمار السياحي يتكفل بضمان تمويلات لمختلف المشاريع السياحية، بغرض إعطاء دفع جديد للشراكة والإستثمار في المجال السياحي بالجزائر . أما فيما يخص الأسعار في قطاع السياحة الجزائرية ، فتعتبر كغيرها من القطاعات الإقتصادية حرة وتخضع لمنطق إقتصاد السوق وتخضع لقاعدة العرض والطلب، والحال ينطبق على جميع الخدمات، سواء الفندقية أو الشاطئية، والحقيقة أن أسعار المنتجات السياحية مرتفعة في ظل كثرة الطلب ، ونقص العرض بالجزائر، حيث لا تتوفر الجزائر إلا على 90 ألف سرير، بمعدل 1800 سرير لكل ولاية، وهذا رقم ضئيل مقارنة بالكثافة السكانية، وحجم الإقبال عليها، وحتى القدرة الشرائية للمواطن الجزائري.[3]

وفي هذا الإطار قدمت الجهات الوصية البدائل والحلول، ولكن الفاعل الحقيقي هو الوكالات السياحية، ومهمة الدولة إنتهت بإنتزاع موافقة وزارة التعليم العالي ، على إستغلال الإقامات الجامعية كهياكل لإستقبال المصطافين، وللتنسيق مع مختلف الشركاء في إطار اللجنة الوطنية، ومن بينهم وزارة

1- The Global Competitiveness Report2012 – 2013. voir le: http://reports.weforum.org/global-competitiveness-

2- وكالة الأنباء الجزائرية، متوفرة على موقع: http://www.aps.dz/index-ar.php .

3-حوار وزير السياحة والصناعات التقليدية مع جريدة الشروق اليومي 24 أكتوبر (2011). http://www.echoroukonline.com/ara/ar .

This is trial version
www.adultpdf.com

التعليم العالي قصد الوصول إلى قرار إستغلال الإقامات الجامعية لإيواء المصطافين والسياح وعلى الوكالات السياحية التفاوض على أسعار كرائها ، ونوعية الخدمات التي يجب تقديمها وفق دفتر شروط يؤطر العملية بين الطرفين.

ثانياً: تهيئة المجتمع المحلي للتفاعل الإيجابي مع النشاط السياحي

لتقبل المجتمع المحلي النشاط السياحي، يتطلب بعض الوسائل بيانها كالتالي :

1 -**نشر الوعي** والثقافة السياحية في المنطقة ، و تهيئة المجتمع المحلي لإستثمار المقومات السياحية المتاحة وإدراك أفراده لمفهوم السياحة، ودورها الإيجابي كنشاط إجتماعي وإقتصادي وثقافي.

2 -**نشر ثقافة الجودة** : تعد ثقافة الجودة أحد الركائز الأساسية في تحسين أداء المنظمات بشكل عام والمنظمات الفندقية بشكل خاص، فضلاً عن دورها في تعزيز القيم، والمعتقدات، والسلوكيات لدى العاملين في القطاع السياحي، ومن الضروري تركيز إهتمام إدارات المنشآت الفندقية على دراسة عناصر ثقافة الجودة، وما تتطلبه من بيئة ملائمة، وهو ما يعكس أهمية تحقيق برامج إدارة الجودة الشاملة ، بما يعزز موقف الشركات التنافسية.

ثالثا: خلق بيئة مناسبة للإستثمار السياحي

يمثل الإستثمار عصب التنمية، لهذا يجب على الدولة تشجيع الإستثمار السياحي من خلال:[1]

- توفير إدارة مناسبة للإستثمارات السياحية؛
- توفير نظام تأمين للإستثمارات السياحية؛
- إزالة العوائق أمام المستثمرين؛.
- التركيز على البنى التحتية.

تتمثل التسهيلات المقدمة من طرف السلطات العمومية الجزائرية، لترقية الإستثمار السياحي من خلال مرافقة المستثمرين بتقديم تسهيلات تتعلق أساسا بالقروض البنكية ، والتخفيضات الضريبية ، وتوفير العقار بأسعار معقولة لتحقيق المشاريع السياحية في كل مناطق الجزائر لاسيما في الهضاب العليا ، ومنطقة الجنوب، ونذكر أهم التسهيلات المقدمة:[2]

- يتكفل صندوق دعم الإستثمارات، والترقية ونوعية النشاطات السياحية، بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية وكل النفقات الأخرى الخاصة بدعم إنجاز مشاريع إستثمارية سياحية، وتخضع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات بنسبة 19٪، في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25٪ من هذه الضريبة؛

1- فؤاد عبد المنعم ،**التنمية السياحية في مصر والعالم العربي ،الإستراتيجيات** ،الطبعة الأولى ،عالم الكتاب العربي ،القاهرة، (2004)، ص22.

2- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار. http://www.andi.dz/index.php/ar/mesures-d-appui-par-secteurs-d-activite .

This is trial version
www.adultpdf.com

- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي ينشئها المقاولون الوطنيون أو الأجانب، بإستثناء وكالات السياحية والأسفار، وكذا شركات الإقتصاد المختلط التي تنشط في قطاع السياحة؛
- تستفيد الإستثمارات في المشاريع السياحية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال ولايات الجنوب على التوالي من تخفيض بـ 3٪ و4,5٪ من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية؛
- أما عمليات تحديث المؤسسات السياحية والفندقية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال، وولايات الجنوب في إطار مخطط نوعية السياحية، فتستفيد على التوالى من تخفيض ب ـــ 3٪ و4,5٪ من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية؛
- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني، بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية والحموية؛
- تطبيق النسبة المخفضة بـــ 7٪ من الرسم على القيمة المضافة إلى غاية 31 ديسمبر (2019)، فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية، وكذا نشاطات المطاعم السياحية المصنفة، والأسفار وتأجير سيارات النقل السياحي؛
- الإعفاء من رسم التسجيل بالنسبة لعمليات رفع رأس المال، وكذا تأسيس شركات في قطاع السياحة؛
- تطبيق النسبة المخفضة للرسوم الجمركية فيما يخص إقتناء تجهيزات وأثاث غير مصنعة محليا، تدخل في إطار التأهيل، طبقا "لمخطط نوعية السياحة"؛
- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة على مستوى الجنوب ، والهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الإمتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز المشاريع الإستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر، على التوالي بـ 50٪ و 80٪ ؛
- توسيع المزايا الممنوحة في إطار الترتيب الخاص بالوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار، لفائدة الإستثمارات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية المصنفة.

رابعاً: تهيئة وتنمية الموارد البشرية

نظراً للمتغيرات التي يشهدها العالم اليوم في بيئة الأعمال، أصبح من الضروري على المؤسسات السياحية تطوير أداء مواردها البشرية بهدف مواجهة ه ذه التحديات، بإعتبار أن عائد الإستثمار في تنمية الموارد البشرية يفوق عائد الإستثمار المادي، وهذا التطوير يكون داخل وخارج المؤسسة . ولعل من أهم مجالات الإستثمار في تنمية العنصر البشري وما يتعلق ب : التعليم، والتدريب كما تعد الإستمرارية في التدريب والتعليم منهجا ضرورياً لتنمية الموارد البشرية وتحقيق أفضل النتائج .[1]

1- مصطفي أحمد السيد، **الموارد البشرية العربية،أخبار الإدارة** العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية العدد، 30 القاهرة، (2000) .

This is trial version
www.adultpdf.com

وتجدر الإشارة هنا إلى أن قدرات التكوين في الجزائر غير كافية، بحيث نجد قدرات التكوين غير كافية، خصوصا مع الإعتمادات الممنوحة لإقامة فنادق جديدة تشمل 87 ألف سرير منها 51 ألف سرير في مرحلة الإنجاز، علما أن سريرين إثنين يوفران منصب عمل مباشر ومنصبين غير مباشرين، وهو شأن يجعلنا أمام عروض عمل كبيرة يجب أن تمنح لموظفين وإطارات ذات كفاءة عالية ، وأن هناك مشاريع كثيرة، من بينها معهد وطني للسياحة في تيبازة ، ومعهد ثانٍ بعين تموشنت، علاوة على مدرسة سياح تي بأدرار، سيتم إعدادها لتكوين مهن سياحية الصحراوية بالإضافة إلى مشروع مدرسة عليا للفندقة، ستسلم خلال سنة (2013)، وسيتم تسيير هذه المدرسة من طرف مدرسة سويسرية بلوزان ، وكل هذه الهياكل ستوفر أكثر من 2480 مقعد بيداغوجي سنويا[1].

خامساً: إتباع أساليب تسويق حديثة

تعتبر أهمية التسويق في تحقيق عدة أهداف، أهمها تحقيق الربحية، وإشباع حاجات الزبائن، وحمايتهم وترشيد الإستخدام وتحويل التقنيات التسويقية العالمية الحديثة ، إلى الأسواق المحلية بعد تطويرها ، بما يناسب عادات المجتمع المحلي، وفتح الأسواق الدولية.

1 -**التسويق الإستراتيجي:** يلعب التسويق دوراً هاماً في تنمية الحركة السياحية الوافدة إلى المنطقة من خلال تطبيق التسويق الإستراتيجي، الذي يساهم في زيادة العائد السياحي من القطاعات المستهدفة حالياً بالإضافة إلى جذب أسواق سياحية جديدة، حيث تظهر أهميته كأداة فاعلة للإستفادة من الفرص المتاحة أمام القطاع السياحي عن طريق الإستخدام الأمثل لمواردها ، وذلك من خلال تحليل الفجوة الإستراتيجية بين حجم السوق الحالي ، والسوق المتوقع، وأفضل الطرق إستخدام ما يعرف بمصفوفة أنسوف والتي ترى أن التغلب على تلك الفجوة يكون عن طريق إستخدام أربع إستراتيجيات وتتمثل في:

أ. **إستراتيجية إختراق السوق:** تهدف هذه الإستراتيجية إلى زيادة حجم السوق السياحي عن طريق المنتجات الحالية المقدمة للسائحين، بمعنى أنها تسعى للحفاظ على القطاعات السوقية الحالية.

ب. **إستراتيجية تنمية السوق:** تهدف هذه الإستراتيجية إلى تقديم المنتجات السياحية الحالية إلى قطاعات سوقية جديدة.

ج. **إستراتيجية تنمية المنتج:** تهدف هذه الإستراتيجية إلى إجراء التعديلات على المنتجات السياحية الحالية بغرض تطويرها أو إستحداث منتجات سياحية جديدة لنفس السياح الحالين.

د. **إستراتيجية التنويع:** تهدف هذه الإستراتيجية إلى تقديم منتجات جديدة إلى أسواق جديدة من خلال تنويع الأدوات التسويقية، والهدف من التنويع هو جذب السياح الحالين والجدد.

وتفيد مصفوفة آنسوف في تبيين خيارات التوجّه المتاحة في رسم إستراتيجية التسويق، وتقييم مستويات المخاطرة المرتبطة مع كلٍ من تلك الخيارات.

1- مركز الجزائر للدراسات والإعلام ، أنظر الموقع: http://almes-center.com/(2012)-/rpt .

This is trial version
www.adultpdf.com

إن التركيز على الأسواق والمنتجات الحالية يحمل أقل مستويات المخاطرة، وأمّا تطوير المنتجات أو الأسواق الجديدة كليّاً فيحمل أعلى مستويات المخاطرة على صعيد الوقت والتكاليف.

والجدول التالي يبين أبعاد مصفوفة أنسوف :

الجدول رقم: 56

مصفوفة أنسوف

	المنتجات الحاليّة	منتجات جديدة
الأسواق الحاليّة	التعمّق أو الإختراق في السوق السياحي.	تطوير منتجات سياحية جديدة للأسواق الحالية.
أسواق جديدة	تطوير أسواق سياحية جديدة للمنتجات الحاليّة.	التركيز على منتجات سياحية جديدة لأسواق جديدة.

المصدر: فؤاد عبد المنعم، **مرجع سابق** ص 22.

تحتوي المصفوفة على بعدين أساسين هما القطاعات السوقية الحالية والمتوقعة، والمنتجات السياحية الحالية والجديدة، ويمكن نجاح الإستراتجيات المختلفة في تحديد ه ذه القطاعات والمنتجات التي تتوافق معها.

2 -**تنويع المنتج السياحي:** بحيث يتم البحث عن أنماط بديلة للسياحة التقليدية، خاصة مع تغير الطلب السياحي العالمي، ذلك أن الجزائر تتمتع بالصحاري الخلابة والمياه والحياة البرية، كما تزخر بالحفريات الجيولوجية، والتي تعد جميعها مطلباً للسياحة البيئة ، والسياحة الشاطئية، بالإضافة إلى الصحراء الشاسعة والواحات الضخمة، مما يؤهلها لعرض السياحة الصحراوية، والعلاجية (الردم في الرمال) والسياحة الرياضية (سباق الجمال والتزحلق على الرمال) ، والسياحة الدينية (الإحتفال بالمولد النبوي الشريف) ، وعليه فإن الجزائر لا توجد لديها مشكلة الموسمية.

مما سبق نستطيع، القول بأن السياحة المستدامة غدت منهجاًوأسلوباً تقوم عليه المؤسسات السياحية العالمية، كما أن منظمة السياحة العالمية قد سلكت نهج التنمية المستدامة للسياحة وهي تطبق مقتضياتها في كل الخطط والدراسات التي تعدها لأجل السياحة، وعلى غير ما يعتقد الكثير ون فان تطبيق مفهوم السياحة المستدامة لا يعد مكلفاً من الناحية المالية فله عائده المعنوي والمادي ويعود بالربح والفائدة على كافة المؤسسات السياحيّ، بالإضافة إلى أن تأمين إستدامة السياحة، يتطلب وجود إدارة رشيدة لتأثيرات السياحة على كافة الأصعدة البيئية، والإجتماعية، والإقتصادية، ودراية بتطور أحوال البيئة بالإعتماد على مؤشرات بيئية وإدامة جودة المنتج السياحي، وأسواق السياح، فضلا عن المراقبة، والمتابعة المستمرة، وإتخاذ التدابير العاجلة عندما تنشأ المشاكل، كما ينبغي دعم السياحة من قبل كافة الأطراف سواء السلطات المحلية أو السكان المحليين ومؤسسات القطاع السياحي الخاص، وكذلك المنظمات غير الحكومية، والسياح أنفسهم، ولابد من تنسيق جهودهم بشكل وثيق، وتكثيف برامجهم لبلوغ الأهداف المشتركة، وتحقيق التنمية السياحية الشاملة والمستدامة.

This is trial version
www.adultpdf.com

المطلب الثاني: آثار الترقية السياحية على البيئة

لقد تولدت عن الأنشطة السياحية العديد من التأثيرات البيئية، إستهدفت المحافظة عليها وعلى ديمومتها. وتتمثل أهم التأثيرات المختلفة للسياحة على البيئة في ما يلي:

- تحسين وتطوير المزارات السياحية وصيانتها وترميمها كالمراقد ، والمساجد، والمقامات، وغيرها وعرضها ضمن المنتج السياحي للمقصد السياحي؛
- إيجاد مجتمعات جديدة نتيجة التوسع، والإستثمار السياحي، وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل؛
- الإختيار الأفضل للأنماط السياحية التي تتناسب وطبيعة المجتمع ، وكذلك التصميمات المعمارية الملائمة، والتي تعكس ثقافة المجتمع وأصالته؛
- الحفاظ على التقاليد ، والعادات الموروثة للمجتمعات ، والتي تؤدي إلى إزدياد إقبال السياح على تلك المجتمعات للتعرف على تقاليدها وعاداتها.

تتمثل عناصر القياس لتقييم التنمية السياحية المستدامة ، وأثرها على البيئة في تطوير خصائص المناظر، وعدد الأيام، وكذا الزوار في الفضاءات الأكثر إرتياداً، ومراقبة التعمير، ووجود مواثيق النوعية واللوحات الإشهارية، والشهرة، والمعلومات، ودعم مشاريع التسويق، والتوازن بين المناطق الخضراء والمبنية.

أولا: قياس المؤشرات البيئية

إن المؤشرات البيئية يمكن أن تؤمن كمية كبيرة من البيانات، لنظام فهم سهل يُؤَمِّنْ نظام إنذار مبكر، وفعّال للمشاكل البيئية، ويمكن أن يُستخدم للتنبؤ بالآثار المستقبلية، إنَّ المؤشرات هي التي تسمح للمديرين والمخططين بتعريف وقياس وتحديد المسار، والتوقع والتأمل، ومنع أو معالجة المشاكل.

وتعتبر المؤشرات البيئية جزءاً لا يتجزأ من مؤشرات التنمية المستدامة، وتساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة عن طريق مراقبة الوضع القائم، ورصد التغيرات التي تحدث على البيئة والموارد الطبيعية سواءً كانت ايجابية أو سلبية، كما أنها تقيس مدى تحقق الهدف.[1]

وتوجد صعوبة في قياس الأداء البيئي، ويمكن الإستفادة من المؤشرات المركبة للمساعدة في حل هذه المشكلة.

بالنسبة للمعايير المعتمدة لقياس البعد البيئي في الجزائر تتمثل في :[2]

1 -**معيارا التجديد:** ونقصد به، هل تسمح السياحة بتجديد الموارد؟ وفيما يخص المؤشرات الممكنة لقياس هذا المعيار نجد المؤشرات التالية: سحر المناظر، إستهلاك المياه، الكثافة السياحية.

2 -**معيار الوقاية:** ونقصد به، هل تم التحكم في مخاطر تدهور البيئة ؟ وبالنسبة للمؤشرات الممكنة لقياس هذا المعيار هي: الفضاءات الحساسة، ومعالجة المياه، ومعالجة النفايات، والأخطار الطبيعية .

1- خميس عبد الرحمن رداد، **المؤشرات البيئية جزء من مؤشرات التنمية المستدامة**، المؤتمر الإحصائي العربي، الإمارات العربية، (2009).

2- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، **الكتاب1** ، **مرجع سابق**، ص53.

This is trial version
www.adultpdf.com

3 -**معيار الثمن:** ونقصد به، هل تُثَمِّنْ السياحة التراث البيئي والثقافي؟ والمؤشرات الممكنة لقياس هذا المعيار نجد: الشهرة، والمعلومات، ودعم مشاريع التسويق.

4 -**معيار الإطار المعيشي:** ونقصد به، هل تساهم السياحة في خلق إطار معيشي ملائم ؟ والمؤشرات الممكنة لقياس هذا المعيار نجد: الجماليات، وحركة السير، ودرجة الضجيج .

ثانيا :مؤشر الأداء البيئي[1]

رتب دليل الأداء البيئي لعام (2010) دولاً، بلغ عددها 163 دولة بناءً على 25 مؤشر أداء، وتشمل 10 فئات من السياسات التي تغطي الصحة البيئية العامة ، العبء البيئي الناجم عن آثار المرض وتلوث المياه والهواء على البشر، وحيوية النظام البيئي، وآثار تلوث الهواء، والماء على النظام البيئي، والتنوع الحيوي والموائل الطبيعية، والأحراش، ومصائد الأسماك، والزراعة، وتغير المناخ.[2]

وكَشف المؤشر، أن الجزائر حَلت في المرتبة الأولى عربياً، وبمرتبة 42 على المستوى العالمي متفوّقة على كندا التي جاءت في المرتبة 46، وأستراليا 51، وكانت الجزائر تلقت في هذا الإطار مساعدات من بعض الهيئات المالية، والتي تدخل في إطار حماية المجالات المحمية، أكثر من 12 مليون دولار، فضلا عن إنشاء معهد للعلوم البيئية بمساهمة من البنك الدولي، بالإضافة إلى مشاريع بيئية مختلفة بالصحراء الجزائرية ، وجاءت هذه المساعدات لحماية المجلات الطبيعية التي تزخر بها الجزائر ، والتي تشمل على 11 حظيرة مصنفة ، و47 محمية بحرية حيث تُعد رُموز بيئية تجلب مجموعة كبيرة من السياح داخل وخارج الوطن كونها تتميز بسحر جمالي تبهر كل من زارها[3].

ثالثا :الإجراءات الواجب إتخاذها لتجنب الآثار السلبية للسياحة على البيئة

تنطوي السياحة على أبرز المعالم الجمالية لأي بيئة في العالم ، فكلما كانت نظفيه وصحية ، كلما إزدهرت السياحة فيها و إنتعشت، فبالرغم من الجوانب الإيجابية للسياحة، فهي تشكل مصدر آخر من مصادر التلوث في البيئة ، والتي تكون من صنع الإنسان أيضا، فلابد من تحقيق التوازن بين السياحة والبيئة من ناحية، وبينها وبين المصالح الإقتصادية، والإجتماعية، من ناحية أخرى التي هي في الأساس تقوم عليها.

1 -**الآثار السلبية للسياحة على البيئة** : إن تدهور البيئة يرجع إلى أسباب عدة، منها: (الجفاف، وسوء الأساليب الزراعية ، وتدهور التربة، و إستخدام الخشب وقوداً، والتبذير في إستخدام الماء، والرمال التي تحملها الرياح، وجموع الجراد، والصيد الجائر، والتنمية الإقتصادية المتسمة بالطفرة، وضعف إدارة البيئة والإسراف في الرعي، وزيادة السكان، و إتساع المناطق المدنية، والتعدين، والسياحة). وتسهم هذه العوامل

1- **مؤشر الأداء البيئي** هو وسيلة لتحديد كمية والعددية لقياس الأداء البيئي للبلد ، وقد وضع هذا المؤشر من مؤشر الأداء البيئي التحريبي التي نشرت لأول مرة في عام (2002) وتهدف إلى إستكمال الأهداف البيئية المنصوص عليها في الأمم المتحدة الإنمائية للألفية أنظر الموقع:
World map indicating Environmental Performance Index (2006).

2- جريدة صوت الأحرار، يومية إخبارية جزائرية أنظر الموقع: (2012/06/09). http://sawt-alahrar.net/oldsite/index.php

3- جريدة الجديدة ، يومية إخبارية أنظر الموقع(2011/02/15) . http://aljadidah.com .

This is trial version
www.adultpdf.com

بصورة مباشرة أو غير مباشرة في الشكل النهائي للبيئة، وليس من الضروري أن تعمل جميعها في مكان واحد، فقد يكفي عامل واحد من هذه العوامل ، لتعجيل عملية تدهور البيئة ، والجدول الموالي يوضح بعض الآثار السلبية للسياحة على البيئة.

الجدول رقم:57

بعض الأنشطة السياحية المؤثرة سلباً على البيئة وأساليب مواجهتها

الأنشطة السياحية المؤثرة سلباً على البيئة	الآثار البيئية	الحلول المقترحة
عملية ردم الشواطئ.	-تدمير البيئة البحرية؛ -التدخل في عملية التوازن الطبيعي؛ -توقف هجرة كثير من الأسماك؛ -التغير في التيارات البحرية.	-وقف عملية الردم ؛ -بناء ميناء رئيسي.
إقامة الفنادق والقرى السياحية على شواطئ البحر.	-تسرب مياه الصرف الصحي؛ -تجمع الكثير من القمامة وانتشار الحشرات الضارة.	-ربط المنشأة السياحية بشبكة ؛ -الصرف الصحي بالمنطقة.
رحلات السياحة الصحراوية.	-القضاء على الغطاء النباتي؛ -العبث بالمناطق الأثرية؛ - .دخول مناطق المحميات دون الالتزام بالقواعد البيئية.	-رفع الوعي البيئي بين العاملين في الصحراء؛ -تحديد مسار الرحلات الصحراوية؛ -تبليغ مركز البحث والإنقاذ للتدخل عند اللزوم.
مراقبة الطيور المقيمة والمهاجرة وعملية صيد الطيور والحيوانات.	-إزعاج الطيور وهجرتها؛ -التدهور البيئي في البيئة البحرية ؛ -تدمير للشعاب المرجانية ؛ -المشروعات السياحية الغير مدروسة.	-تحديد الوكالات التي تعمل في المجال السياحي.؛ -تحديد أعداد المجموعات السياحية ؛ -تحديد نقاط مراقبة الطيور من مسافات مناسبة؛ -إعلان بعض المناطق محميات طبيعية.

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على: رؤوف محمد علي الأنصاري، البيئة المناسبة الصالحة تساعد في تحقيق نهضة سياحية واعدة، مجلة الموروث، العراق العدد السابع والخمسون – نوفمبر (2012) من موقع :
http://www.iraqnla-iq.com/fp/journal57/index.htm

من خلال الجدول رقم: (57) يتضح بأن للسياحة آثار سلبية على البيئة، فإقامة المشاريع السياحية في مناطق معينة، قد تكون في ذاتها سبباً رئيسياً في تدهور بعض العناصر البيئية في هذه المناطق.

ونلخص أهم الجوانب السلبية على التنمية البيئية فيما يلي :[1]

- إن السياح بسياراتهم وعرباتهم يتسببون في تعرية التربة، ويُتلفون الغطاء النباتي، وقد يبلغ حرص بعض الدول على السياحة أن تضحي بالبيئة نظير مكاسب قصيرة الأجل، متجاهلةً آثاراً بيئية يمكن حدوثها على المدى البعيد؛
- إن الإزدحام الشديد على الشواطئ ، والمنتجعات السياحية والمناطق الخضراء ، يُحدث أضراراً بيئية تؤثر بشكل مباشر في مستوى نوعية الحياة، كما أن زيادة حركة المرور على الطرق يؤدي إلى حدة التلوث البيئي ؛

1- رؤوف محمد علي الأنصاري ، **مرجع سابق**.

This is trial version
www.adultpdf.com

- إزدياد الحركة السياحية على مناطق سياحية معينة من قبل السياح ، تؤدي إلى آثار بيئية سلبية من نوع آخر نتيجة إستخدامهم لمكونات البيئة الطبيعية ، كالجبال ، والأنهار ، والبحار ، والبساتين والمزارع، مما يؤدي إلى تدهور البيئة ، وزيادة حدة التلوث فيها ، الأمر الذي يؤدي إلى إنخفاض في الحركة السياحية ؛
- إختيار المواقع السياحية في أكثر الأماكن جمالاً ، قد يؤدي إلى تدهور بيئة هذه المواقع وفقدان جاذبيتها وجمالها ، بسبب الضغط المتزايد عليها ، ودون الأخذ بعين الإعتبار إحترام القواعد الأساسية للتعامل معها؛
- المنافسة الشديدة التي تحدث بين السياحة ، وغيرها من القطاعات الأخرى ، كالزراعة نتيجة إستخدام التنمية السياحية مساحات واسعة من الأراضي، وإستخدام نسبة كبيرة من العمالة المحلية.
- إن تشجيع الإستثمار السياحي من قبل الدولة في المناطق الخضراء، يؤدي إلى فقدان مساحات خضراء واسعة تؤدي إلى تغيير البيئة الطبيعية، وفقدانها جزء من مقوماتها؛
- إن وسائل النقل بأنواعها لها تأثيرات بيئية واضحة، فجميعها تحتاج للطاقة ، ومعظمها من مصادر عضوية، يُسبب إحتراقها مشاكل بيئية عديدة تشمل تلوث الهواء ، ورفع درجة حرارة الجو بالإضافة إلى أن صناعة النفط التي تعتمد عليها وسائل النقل عرضة للحوادث التي تؤثر على البيئة وهذا يشمل حوادث ناقلات النفط، ومحطات تحميله.
- أما شق الطرق الجديدة ، وبناء المطارات وتشييد المدارج ، فإنها تؤدي إلى إتلاف مساحات شاسعة خضراء وتزيد من تلوث الهواء الجوي ، والتي تسبب أضراراً كبيرة على صحة الإنسان ورفاهيته خصوصاً ما يحدث في المناطق الآهلة بالسكان ، والقريبة من المطارات والطرق السريعة والمجمعات الصناعية .

2 -أهم الإجراءات التي إتخذتها الجزائر لتفادى الآثار السلبية للسياحة على التنمية البيئية

تم اتخاذ بعض التدابير من طرف السلطات الجزائرية لمواجهة الآثار السلبية على البيئة نذكر منها:

أ. **إصدار القوانين والتشريعات** : التي تنص على حماية البيئة بمكوناتها المختلفة عند إقامة المشاريع السياحية على غرار القانون رقم: 03-10[1]، يتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة والمرسوم التنفيذي رقم: 01-138 مؤرخ في 26 مايو سنة (2001) يعدل ويتمم المرسوم رقم: 85-14 مؤرخ في 26 يناير سنة (1985)، والذي يحدد شروط تخصيص أماكن التخييم و إستغلالها

1 – قانون رقم: 03-10 حدد لنا في كل من المواد: 1،2،3 الآفاق التي يصبو إلى تحقيقها والمبادئ التي يتأسس عليها حيث نصت م 1على: "يحدد هذا القانون قواعد حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة"، جاء في مضمون هذه المادة أنها تحدد لنا أهم القواعد التي تعمل على حماية البيئة بالموازاة مع التنمية المستدامة. أما م 2 فقد حددت لنا أهداف حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة و المتمثلة فيما يلي: تحديد المبادئ الأساسية وقواعد تسيير البيئة، وترقية وتنمية وطنية مستدامة بتحسين شروط المعيشة والعمل على ضمان إطار معيشي سليم، والوقاية من كل أشكال التلوث والأضرار الملحقة بالبيئة وذلك بضمان الحفاظ على مكوناتها ،إصلاح الأوساط المتضررة، تدعيم الإعلام وتحسيس ومشاركة الجمهور و مختلف المتدخلين في تدابير حماية البيئة .للمعرفة المزيد أنظر :نص القانون قانون رقم: 03-10 مؤرخ في 19 يوليو سنة (2003)، يتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، الجريدة الرسمية، رقم: 43.

This is trial version
www.adultpdf.com

(ج.ر رقم: 30)، والمرسوم رقم: 84-161 مؤرخ في 7 يوليو سنة (1984)، يتضمن التنازل للبلديات عن أراض للمخيمات ، (ج.ر المؤرخة في 10 يوليو سنة 1984)، و كذلك القانون الخاص بالإستغلال السياحي للشواطئ : القانون رقم 03-02 مؤرخ في 17 فبراير سنة (2003) يحدد القواعد العامة للإستعمال والإستغلال السياحيين للشواطئ، (ج ر عدد 11) وكذلك فتح ومنع الشواطئ للسباحة: مرسوم تنفيذي رقم 04-111 مؤرخ في 13 أبريل سنة (2004) يحدد شروط فتح ومنع الشواطئ للسباحة، (ج ر عدد 24) والمرسوم التنفيذي رقم: 04-274 مؤرخ في 5 سبتمبر سنة (2004) يحدد شروط الإ ستغلال السياحي للشواطئ المفتوحة للسباحة (ج ر عدد 56).

ب. **إعداد الدراسات والبحوث والبرامج** المتعلقة بحماية البيئة والإستفادة من نتائجها في تفعيل الإجراءات الوقائية، والعلاجية لتلوث البيئة، وتشجيع السكان على المشاركة الفردية ، والجماعية لحماية البيئة.

ج. **توفير الخدمات السياحية والمرافق اللازمة** في المناطق والمواقع السياحية ، والمتنزهات للحفاظ على البيئة كشبكات الصرف الصحي، ومياه الشرب الصالحة، ومعالجة النفايات والتخلص منها وقد سَنَّتْ الجزئر قوانين من أجل الحفاظ على المياه، ومنها قانون إستغلال المياه الحموية من خلال المرسوم التنفيذي رقم: 12-205 مؤرخ في 6 مايو سنة (2012)، الذي يحدد شروط وكيفيات منح إمتياز إستعمال وإستغلال المياه الحموية، (ج ر عدد 29).

د. **أهمية توفر المعلومات والبيانات المتعلقة بالآثار البيئية** ، والمشاريع السياحية المقترحة ، ومراعاة ذلك من قبل المخططين المسؤولين عن التنمية السياحية في الجزائر، قبل البدء في إنشاء هذه المشاريع لتحديد حجم الضرر البيئي المتوقع حدوثه.[1]

ه. **إنشاء المحميات الطبيعية** [2] بأنواعها، خصوصاً التوسع في زراعة الأحزمة الخضراء حول المدن المتاخمة للصحاري من أجل تحسين الظروف البيئية ، وتشجير المدن ، والعناية بالحدائق العامة وتمتلك الجزائر تسعة حظائر وطنية وهي عبارة عن محميات مقامة من أجل حماية العينات من مناظر طبيعية، غابات، نباتات وحيوانات، وهذا لتطوير جميع النشاطات اليومية ، والرياضية التي لها علاقة مع الطبيعة، مع الإستثمار في المشاريع العلمية التي لها علاقة بالبحث العلمي ، وهي موضحة في الجدول التالي:

---

1 جريدة الحوار، يومية إخبارية جزائرية، أنظر الموقع: (2012/09/16) http://www.elhiwarnet.com/index.ph .

2- **تعريف المحميات الطبيعية** : المحميات الطبيعية والحدائق العامة عبارة عن مناطق تخصصها الدولة لحماية التراث الطبيعي بصورة مختلفة، والمحافظة على المقومات الطبيعية لعدم الإخلال بمنظومة هذه المحميات مثل عدم الصيد ومنع قطع الأشجار أو جمع النباتات وتحديد حركة وسائل النقل داخل هذه المحمية. وتعتبر المحميات الطبيعية والحدائق الوطنية من العوامل الهامة للجذب السياحي حيث تتم بها بعض الأنشطة السياحية التي تجذب العديد من الزائرين مثل مراقبة الطيور و الحيوانات البرية ورياضة الغطس ومراقبة الأحياء البحرية أو ممارسة رياضة التجول في الغابات أو تسلق الجبال و إرتياد الصحراء أو ممارسة السياحة العلمية مثل التعرف على التكوينات الجيولوجية والصخرية الشاهدة على تعاقب العصور المختلفة. أنظر المرجع :الموسوعة البيئية الموقع: http://www.bee2ah.com

This is trial version
www.adultpdf.com

الجدول رقم: (58)

المحميات الطبيعية في الجزائر

اسم الحضيرة	بيانها
الحضيرة الوطنية ثنية الحد	هي محمية طبيعية توجد بثنية الحد بولاية تيسمسيلت تتربع على مساحة 3425 هكتارا.
الحظيرة الوطنية تلمسان	هي محمية طبيعية توجد في تلمسان ، تبلغ مساحتها 8825 هكتار.
الحديقة الوطنية جرجرة	هي محمية طبيعية تتواجد في جبال جرجرة تقع في المنحدر الشمالي لولاية تيزي وزو و جزء من المنحدر الجنوبي لولاية البويرة تتربع حظيرة جرجرة الواقعة بشرق الوطن على مساحة 18550 هكتار.
الحديقة الوطنية قورايا	هي محمية طبيعية تقع في ولاية بجاية، و تبلغ مساحة الحديقة 2080 هكتار.
الحظيرة الوطنية بلزمة	تبعد عن ولاية باتنة بحوالي 05 كلم. حيث تتربع الحظيرة على مساحة قدرها 26250 هكتار.
الحظيرة الوطنية الشريعة	تبعد حظيرة الشريعة الواقعة بولاية البليدة عن العاصمة ب 50 كم، و هي تتربع على مساحة تقارب ال 27 ألف هكتار.
الحظيرة الوطنية القالة	تعد حظيرة القالة بالطارف أكبر الحظائر الوطنية مساحة بشمال الجزائر، تتربع على مساحة 788 ألف هكتار.
الحظيرة الوطنية تازة	تقع بولاية جيجل ، تتربع على مساحة 1(2000)كم^2.
حظيرة الهقار	تقع الحظيرة الوطنية الهقار في أقصى جنوب الجزائر على مساحة 450000 ألف كلم^2 .

المصدر من إعداد الباحثة بالإعتماد على وزارة تهيئة الإقليم والبيئة الجزائرية

http://www.matet.dz

و. **التقييم المستمر للأوضاع البيئية** في المناطق السياحية المهمة، ودراسة حجم التغيرات البيئية التي تحدث في هذه المناطق نتيجة الأنشطة السياحية فيها، والعمل على تقليل حجم الآثار المترتبة عليها حفاظاً على البيئة.

ز. **تعزيز السياحية البيئية بالترويج** لها، لتصبح جزءاً أساسياً من عملية التنمية المستدامة ، ومن عوامل تثبيت السكان المحليين في مناطقهم.

ح. **تنويع البرامج السياحية ، وتوزيعها** على مختلف المناطق السياحية (الأثرية والترفيهية على مدار السنة) بقدر الإمكان، لتفادي حدوث ضغط على مواقع معينة دون أخرى.

ط. **تشجيع، وتحفيز المستثمرين السياحيين في تبني الإتجاهات الحديثة** في الإهتمام بالبيئة، وتطبيق نظام بيئي متكامل وصولاً للسياحة المستدامة التي تهدف إلى تحقيق الإلتزام بقوانين البيئة المحلية وتخفيض مصاريف التشغيل من خلال الإستخدام الأمثل للموارد الطبيعية ، وتحسين صورة المرافق السياحية أمام السياح.

ي. **تصميم الفنادق بطريقة تخدم البيئة** المحلية (الفندق البيئي)[1] مع إستخدام مواد البناء المحلية في بناءها أي إعتماد الحلول التصميمية من الوسط الطبيعي المحيط بالمكان ، وتسعى الكثير من الدول

1- يعتبر مصطلح « الفندق البيئي » إسماً تجارياً لمنتج من منتجات صناعة السياحة يستخدم لتحديد هوية نوع من المنشآت السياحية المعتمدة على عنصر الطبيعة والتي ستستجيب لمبادئ السياحة البيئية،ومشروع الفندق البيئي يؤدي إلى رفع القيمة الإقتصادية للموارد الطبيعية والخبرات الثقافية أنظر المرجع:

Eco hôtel :voir le http://en.wikipedia.org/wiki/Eco_hotel

This is trial version
www.adultpdf.com

السياحية الحصول على شهادة الفنادق الخضراء ، والتي تمنح للفنادق التي تهتم بالبيئة وتعمل على ترشيد إستهلاك الكهرباء، والماء بإستخدام أجهزة صديقة للبيئة، بحيث تعد الفنادق في أي منطقة سياحية، الشكل الرئيسي للإقامة، بل أنها في معظم الحالات تعتبر عاملاً مهماً من عوامل الجذب السياحي.

ك. **إنفاق جزء من أرباح الفنادق على مجهودات حماية البيئة** ، بهدف إيجاد علاقة بين السائح والبيئة دون حدوث أضرار بيئية ومشاركة السكان المحليين في المشروعات السياحية ، وأخذ آرائهم بالتصاميم المقترحة ، في هذا السياق بدأت العديد من الدول بإقامة الشقق السكنية المفروشة وتأجيرها للسياح لفترات قصيرة، خصوصاً للعائلات ، وذلك لراحتها ومواقعها المتميزة ، وأسعارها المناسبة، وقد أقامت العديد من فنادق الدرجة الأولى مبـان خاصة بها ملحق يتوافق مع البيئة المحلية، وتضم شقق مفروشة بعد أن زاد الطلب عليها على غرار الجزائر ، التي شهدت في السنوات الأخيرة رواج ظاهرة جديدة تتمثل في إستغلال المنازل من قبل أصحابها لإيواء السياح ، وأخذت هذه الظاهرة أو ما يصطلح على تسميتها "بالإقامة لدى الساكن" منحنى تصاعدي مع مرور الوقت، نتيجة للنقص المسجل في مرافق الإيواء السياحي والحاجة إلى مداخيل إضافية من طرف أصحاب المترل وبالتالي أصبح من الضروري تصور صيغة لضبط هذا النشاط الذي من شأنه من جهة، معرفة أفضل لتركيبته ، وشروط ممارسته، وضمان سلامة السياح والسكان المؤجرين لحقوقهم من جهة أخرى ، بعد صدور المنشور الوزاري المشترك بين وزارة الداخلية والجماعات المحلية ووزارة السياحة والصناعة التقليدية المؤرخ في 16 جوان (2012).

ل. **معالجة فضلات الفنادق السياحية من نفايات صلبة** ، ومياه ثقيلة وتدويرها مما يساهم بصورة فعالة في إيجاد بيئة نظيفة حول محيط تلك الفنادق ، بحيث تفاقمت ظاهرة الإزدياد المستمر للنفايات الفندقية، والظهور المفاجئ للنفايات الصناعية السامة ، بسبب إرتكاز السكان في المنطقة الساحلية حيث توجد المراكز الحضرية والمناطق الصناعية، وكذا بسبب النقائص المسجلة في البنى التحتية الموجودة، والتي ليست قادرة على مواجهة التسيير البيئي للنفايات ، الأمر الذي نتج عنه تلوث المياه السطحية ، والمياه الجوفية بسبب التفريغ غير المنظم للنفايات ، الذي أدى إلى المساس الخطير بالصحة العمومية، والجزائر حاولت معالجة هذا الأمر بوضع مخطط وطني لتسيير النفايات المترلية[1]، وتضمن العديد من المحاور الهامة منها إلزام البلديات بوضع مخطط خاص بها لتسيير النفايات المترلية على مستوى إقليمها، وأشارت إلى أن هناك أكثر من ألف بلدية وضعت مخططاً لتسيير تلك النفايات ، وإلى جانب ذلك تم وضع مراكز لردم النفايات التقنية ، والتي يقارب

1- حسب القانون رقم: 01-19 المؤرخ في 12 ديسمبر (2001) (الجريدة الرسمية رقم: 77) والمتعلق بتسيير النفايات و مراقبتها: يعرف في المادة 03 النفايات: كل البقايا الناتجة عن عمليات الإنتاج أو التحويل أو الاستعمال و بصفة أعم كل مادة أو منتوج وكل منقول يقوم المالك أو الحائز بالتخلص منه أو قصد التخلص منه أو يلزم بالتخلص منه أو بإزالتـــه.

This is trial version
www.adultpdf.com

عددها على المستوى الوطني الـ 115 مركزاً، مكنت من تعويض الطريقة القديمة في ردم هذه النفايات والتي لم تكن تسمح بإختيار الموقع أو دراسة تأثيرها على المحيط [1]. وتم الإهتمام أيضا بالمفرغات العمومية المراقبة ، والتي يصل عددها إلى 118 على المستوى الوطني ، ووضعت في بلديات ذات كثافة سكانية كبيرة، ويمكنها أن تعالج نفايات أكثر من 43 بلدية ما يعني أنها مراكز ما بين البلديات[2].

المطلب الثالث: آثار الترقية السياحية على التنمية الإجتماعية

تَنتج الآثار الإجتماعية التي تلحق بالمجتمعات المضيفة ، نتيجة لعلاقتها المباشرة وغير المباشرة مع السائحين، ونتيجة للتعامل مع صناعة السياحة ، ولأسباب متعددة عادة ما تعد المجتمعات المضيفة الطرف الأضعف في تعاملاتها مع الضيوف ، وموفري الخدمات، وتنشأ الآثار السلبية عندما تجلب السياحة التغيرات في نظم القيم والسلوكيات ، بما يهدد الهوية القومية ، علاوة على هذا حدوث التغيرات بالهياكل المجتمعية والعلاقات الأسرية وطرق الحياة الجماعية التقليدية والأخلاقيات.[3] وتتمثل الآثار الإجتماعية الإيجابية للسياحة في التبادل الحضاري بين المواطن والسائح، ورفع المستوى الإقتصادى، والحضاري، وإحياء التقاليد المعمارية المحلية، ورفع مستوى الصحة النفسية للمجتمع، وتشجيع الفنون والصناعات المحلية ، وتطوير السياحة المسئولة قد يساهم في القضاء على الفقر ، الذي يمثل أحد أهداف الألفية [4] من أجل التنمية بحيث "يعتبر القطاع السياحي مصدر نمو، وتنمية.

أولا: قياس المؤشرات الإجتماعية

تتمثل عناصر القياس لتقييم التنمية السياحية المستدامة ، وأثرها على المجتمع في عدد السكنات المخصصة للموسمين، وتوفر التربصات الت أهيلية، وحضور المنظمات من أجل الشراء والتسويق والنقل والأهمية النسبية للزبائن ذوي الدخل الضعيف.

بالنسبة للمعايير المعتمدة لقياس البعد الإجتماعي في الجزائر تتمثل في :

1 -**معيار التعرف:** ونقصد به هل الفاعلين المحلين يثمنون الأنشطة السياحية ؟ والمؤشرات الممكنة لقياس هذا المعيار نجد ظروف الحياة للموسمين، والكثافة السياحية.

1- تنفيذ هذه المخططات يعود على البلديات وهي تعمل على تحسين وضعية تسيير النفايات على مستوى أقاليمها، كما يمكنها ان تطالب بالامكانيات المالية ووسائل الجمع والنقل التي تحتاجها، وأوضحت إن طريقة تنفيذ هذا المخطط تتطلب من المواطن الاستجابة لها حتى تتم العملية بطريقة جيدة ويساعد على نظافة المحيط .أما فيما يخص البلديات البعيدة عن المدن الكبرى بمسافات كبيرة، فإنه من بين أولويات الإستراتيجية الوطنية العمل على الإتصال مع جمعيات الأحياء والبلديات من أجل معرفة ما تحتاجه لتسيير تلك النفايات.

2- البوابة الجزائرية للطاقات المتجددة أنظر الموقع: http://portail.cder.dz/ar .

3- السياحية المستدامة ،أنظر الموقع : http://www.coastlearn.org/eg/why_socioimpacts.html .

4- تشكل الأهداف الإنمائية الثمانية، والتي تتراوح طموحاتها من إنهاء الفقر المدقع الى وقف إنتشار مرض الإيدز وتوفير التعليم الإبتدائي لجميع الأطفال بحلول عام (2015)، خطة عمل رئيسية لجميع دول العالم وجميع المنظمات العاملة في مجال العمل التنموي. وقد حشدت هذه الجهات جهودا كبيرة لم يسبق لها مثيل في السنوات الماضية من أجل تحقيق هذه الأهداف خدمةً لسكان العالم الأفقر والأقل حظا. أنظر الموقع : http://www.un.org/ar/millenniumgoals /

This is trial version
www.adultpdf.com

2 -**معيار الإدماج:** ونقصد به هل قطاع السياحة يشجع إدماج كافة المتعاملين في القطاع ؟ و المؤشرات الممكنة لقياس هذا المعيار نجد التكوين، وإقامة المؤسسات.

3 -**معيار الشراكة:** ونقصد به هل المتعاملون الإقتصاديون متضامنون في إطار عمل مشترك ؟ والمؤشرات الممكنة لقياس هذا المعيار نجد الخدمات المشتركة، والتنشيط السياحي.

4 -**معيار إمكانية الوصول:** ونقصد به هل بإمكان السكان الوصول بسهولة إلى المواقع السياحية ؟ وفيما يخص المؤشرات الممكنة لقياس هذا المعيار نجد تنوع الزبائن، والسياحة على أطراف المدينة.

أظهر مؤشر التقدّم الإجتماعي الجديد، الذي صدر في منتدى سكول العالمي بأوكسفورد في بريطانيا.[1] أن من بين الدول الـــ 50 التي شملها المؤشر، 5 دول من منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تحتل مراتب متقدمة في هذا المجال ، وهي الإمارات العربية المتحدة، وتونس، والأردن، والمغرب ومصر . وتدحرجت الجزائر إلى مرتبة دنيا في مؤشر التقدم الإجتماعي، وأشار التقرير إلى أن السويد تحتل المركز الأول في هذا المجال ، تليها بريطانيا متقدمة بذلك على ألمانيا التي تحتل المرتبة الخامسة، والولايات المتحدة المرتبة السادسة واليابان المرتبة الثامنة[2].

وأوضح التقرير الذي وزعته شركة ديلويت في بيروت المتخصصة بالدراسات الإقتصادية، إن الإمارات العربية المتحدة إحتلت المرتبة 19 من بين الدول الأكثر تقدماً إجتماعياً في العالم، في حين إحتلت دول المنطقة المتبقية ما بين المرتبة 25 و40 على الشكل التالي: تونس (82)، الأردن (31)، المغرب (37) ومصر (40)، وقد إحتلت الجزائر المرتبة 93 من أصل 187 دولة وفق مؤشر التنمية البشرية لعام (2013).[3]

وفي تقرير دولي أنجزته صحيفة الإكونومست إنتلجانس[4] البريطانية ، أن العاصمة الجزائر ضمن قائمة المدن العشرة الأخيرة في المؤشر العام للمدن القابلة للعيش لسنة (2013)، لتصنف بذلك ضمن أسوء العواصم عبر العالم.[5] وجاءت الجزائر في المركز الرابع عربياً ، في قائمة المدن المتطورة خلال الفترة (2013)

1-وهو المنبر العالمي الأول لتحفيز الإتجاهات الريادية، والحلول المبتكرة للتحديات الإجتماعية الأكثر إلحاحاً في العالم.

2- ولفت التقرير إلى إنْ لَمْ تسجل أي دولة علامات عالية في المكونات الـــ 12 لمؤشر التقدّم الاجتماعي وهي: التغذية والرعاية الصحية الأساسية، الهواء والماء والصرف الصحي، وتأمين المأوى، والسلامة الشخصية، والنفاذ إلى المعرفة الأساسية، والحصول على المعلومات والتواصل، والصحة والعيش الجيد، والنظام البيئي المستدام، والحقوق الشخصية، والتعليم العالي، والحرية الشخصية وحرية الإختيار، والإنصاف والاندماج أنظر المرجع : الحياة العربية.

http://www.elhayatalarabiya.com/home/index.php/%

3- أصدر برنامج الأمم المتحدة الإنمائي تقريراً عن التنمية البشرية (2013) بعنوان نهوض الجنوب وتقدم البشرية في عالم متنوع. ويتضمن التقرير معلومات وإحصائيات حول المنطقة العربية، كما يعرض تقرير التنمية البشرية قيم مؤشر التنمية البشرية ومراتبه لـــ 187 بلداً وإقليما بالإضافة إلى مؤشر التنمية البشرية المعدل بعامل عدم المساواة بين الجنسين ومؤشر الفقر المتعدد الأبعاد، أنظر المرجع :جريدة الأنباء الالكترونية.

http://1.psp.org.lb.s3.amazonaws.com/wp-content/themes/anbaa/img/anbaa-logo2.png

4- المؤشّر العالمي لتنافسية المدن :قامت وحدة "إيكونوميست إنتلجنس"، بغية إجراء تقرير " هوت ستوس" ، بتطوير "المؤشّر العالمي لتنافسية المدن" لقياس المدن عبر ثماني فئات مختلفة و 31 مؤشراً فردياً. وتشمل تلك الفئات القوة الإقتصادية ورأس المال البشري والفعالية المؤسسية والنضوج المالي والجاذبية العالمية ورأس المال المادي والطابع الاجتماعي والثقافي والمخاطر البيئية والطبيعية. فإجمالي تصنيف مدينة ما في هذا المؤشر المعياري هي مجموع نقاط تلك الفئات أنظر المرجع.

The Global Competitiveness Report2012 – 2013. voir le: http://reports.weforum.org/global-competitiveness-

5- ينطلق التقرير في ترتيبه، من الأحوال المعيشية لسكان المدن، في أبعادها المتمثلة في الصحة، التنمية والبيئة، التربية والبنى التحتية. وتعمد الدراسة إلى القيام بعمليات مسح لعينات من الأحياء والمواقع، وعندما تتوفر لدى القائمين على الدراسة، كافة المعلومات المطلوبة، يتم تحليلها، ومن ثم تسهل عملية ترتيب المدن حسب ما حصلت عليه من نقاط.

This is trial version
www.adultpdf.com

محتلة بذلك المرتبة الـــ 134 عالمياً، وحلت في قائمة المدن الـــ 10 الأخيرة في المؤشر العام، إلى جانب عاصمة جمهورية إيران الإسلامية طهران، وعاصمة ليبيا طرابلس ودمشق عاصمة سوريا. في حين حلت الجارة الشرقية تونس في المرتبة الـــ 104، والدار البيضاء المغربية في المرتبة 112، وليست هي المرة الأولى التي تصنف فيها الجزائر العاصمة في مؤخرة مدن العالم ، من حيث ظروف المعيشة، فقد سبق وأن صنفتها أكونومست إنتلجنس العام (1012)ضمن 5 أسوء دول للعيش، بالرغم من الجهود التي تبذلها الدولة في تهيئة الإقليم، والمحافظة على الوجه العام للعاصمة.

بالنسبة لتوفير مناصب العمل نجد أنه من المتوقع إنجاز أواخر (2015) حوالي 75 ألف سرير مما يتطلب 37500 مستخدم، ويتعلق الأمر بـ 1875 مسير أي 5%. و3750 مختص في الإستقبال أي 10% و5625 مختص في السياحة (مرشدو وكيل السياحة) أي 15%. و9375، وكذلك في الإيواء أي 25% وحوالي 16875 مختص في الإطعام أي 45 %.

وبخصوص مجال التكوين ، توجد المدارس العليا ، ومراكز التكوين المتخصصة في مجال الفندقة والسياحة، وهي :

- المعاهد الوطنية المتخصصة للتدريب المهني: يوجد 10 معاهد للتكوين تمنح (شهادة تقني سامي في فروع الفندقة (فن الطبخ، والمطاعم، والإيواء، والإستقبال، وإدارة الفندق، ودليل مرافق)؛
- مراكز التدريب المهني والتعلم: يوجد 55 مركزاً للتكوين ومنح الشهادات في الفروع المتخصصة في الفندقة (فن الطبخ، المطاعم والإستقبال)؛
- المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية (تيزي وزو)؛
- المدرسة الوطنية العليا للسياحة (الجزائر العاصمة) ؛
- مركز الفندقة والسياحة (بوسعادة).

ثانيا: دور السياحة المستدامة في الحد من ظاهرة الفقر

إنَّ التنمية السياحية المستدامة لا يجب أن تنظر فقط إلى تقليص الآثار السلبية للسياحة على البيئة وإنما يجب أن تهدف إلى إشراك المجتمع، وجعله في قائمة الأولويات للحد من ظاهرة الفقر، وذلك عن طريق الإهتمام المحلي و العالمي، ومن المتوقع نمو السياحة بشكل متسارع، نتيجة لإرتفاع مستوى المعيشة ومستوى المداخيل، وإنخفاض كلفة الرحلات، وزيادة العروض المجانية ، وعوامل أخرى ، وقد وضعت الأمم المتحدة هدف القضاء على الفقر في قائمة أولوياتها، وإعتبرت أن السياحة المستدامة هي دعامة أساسية كامنة خلف التنمية الإجتماعية، والإقتصادية، ويمكن أن تلعب دور أساسي في القضاء على الفقر. و يوجد الكثير من الأسباب التي تجعل من تنمية النشاط السياحي وسيلة فعالة لمكافحة الفقر نذكرها كما يلي:[1]

1- موقع الجغرافيون العرب : http://www.arabgeographers.net/vb/showthread.php?t .

This is trial version
www.adultpdf.com

- تؤمن العمل في القطاع السياحي ، وفي القطاعات المكملة للسياحة لفئة غير المتخصصين، وللنساء ذوات الدخل المتدني في المدن والأرياف، وللريفيين النازحين للمدن، وللراغبين بالعمل بدوام جزئي إن توفير فرص عمل لمختلف الفئات يؤدي بدون شك إلى الحد من ظاهرة الفقر ؛
- هناك رابط مع القطاع الخاص، وهو ذو تاثير مضاعف على المجموعات الفقيرة، وهي تُؤمن بدائل معيشية لهم؛
- تعتمد السياحة المستدامة بشكل كبير على حماية العوامل الطبيعية مثل الحياة البرية والحضارات الموروثة، وهذه الأخيرة تمثل موارد مالية للمجموعات الفقيرة .

إن تنمية السياحة المستدامة لمكافحة الفقر تعتمد على ثلاث مكونات:

1. **زيادة الفوائد الإقتصادية** عن طريق توسيع نطاق فرص العمل وفرص المشاريع للفقراء، وتأمين تدريب عادل لغير المؤهلين منهم لمضاعفة هذه الفرص.
2. **إعتماد القياس للتعامل مع الآثار الإجتماعية ، والبيئية للتنمية السياحية،** مثل تغير عادات المجتمع الضغط على الموارد الطبيعية ،التلوث، وتدمير النظام الإيكولوجي .
3. **وضع سياسة تضمن مشاركة الفقراء بالتخطيط** ، والإدارة للأنشطة السياحية المرتبطة بهم ، وإزالة بعض الحواجز لضمان مشاركة أوسع من قبل الفقراء، ودعم الشراكة بين الحكومة ، والقطاع الخاص والفقراء لتطوير منتج أو خدمة سياحية جديدة.

ثالثا: الإجراءات المتخذة لتجنب الآثار السلبية لسياحة على المجتمع

يمكن للسياحة كذلك أن تحدث تأثيرات إجتماعية سلبية، ففي الكثير من المجتمعات تكون ندرة المياه العذبة من أسباب الإ نشغال الرئيسية التي يمكن أن تزداد سوءاً بسبب نمو السياحة في تلك المناطق ، ففي بعض المناطق يمكن أن يستخدم السياح من المياه يومياً ما يزيد 10 إلى 15 مرة عن إستخدام السكان المقيمين، كما أن الإحتقان المروري الناتج عن السياحة يمكن أن يحدث تأثيراً خطيراً على نوعية الحياة المحلية، مما يستدعي حلولاً من قب ل الإدارة ، وينطبق نفس الشيء على فقدان المرافق العامة المادية التي يستخدمها السكان المحليون أو الإضرار بها.

1 -الآثار السلبية

- لا توفر العديد من الوظائف بقطاع السياحة ظروف عمل جيدة أو مُرضية، وتتَمثل في طُول ساعات العمل، والتوظيف غير المستقر ، وإنخفاض الأجور وسوء التدريب وقلة الفرص في الحصول على التأهيل الجيد، كما يتم تشغيل الأطفال في البعض من هذه الوظائف لأنهم يمثلون العمالة الرخيصة والمرنة، و عدم المساواة الإقتصادية بين السكان المحليين والسائحين الذين ينفقون أكثر من معدلات إنفاقهم في بلادهم. [1]

1- منظمة العمل الدولية متوفرة على الموقع: http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm .

This is trial version
www.adultpdf.com

- عادة ما يخفق السائحون إما بسبب الجهل، أو التجاهل في إحترام العادات والتقاليد، والقيم الأخلاقية المحلية، فعلى سبيل المثال في حالة كاتالونيا [1] التي طالما مثلت قوة كبيرة في عالم السياحة، نجد أن الصورة المروجة لها هي السياحة القائمة على الإستمتاع بالشمس والترفيه ، فإن السائحين الذين يأتون إلى البلد يسعون فقط للحصول على تلك الصور الثابتة دون الإكتراث بالقيم المحلية ، وهم نفس الأشخاص الذين لا يجرأون في بلادهم على الصياح بالشوارع أو شرب الخمر ليلاً ونهاراً ، أو تكسير نوافذ المحال التي يجدونها في طريقهم إلى سكنهم؛
- يمكن للآثار المادية التي تسبب فيها زيادة معدلات النشاط السياحي أن تؤدي إلى ضغط إجتماعي حاد إذ تؤثر على المجتمع المحلي؛
- التدهور الثقافي وإلحاق الضرر بالتراث الثقافي الذي قد ينشأ عن التخريب أو النهب أو النقل غير الشرعي لبعض مكونات التراث الثقافي أو تغيير المشهد التاريخي المحيط بها؛
- حدوث نزاعات تتصل بإستخدام الموارد مثل المنافسة بين قطاع السياحة ، والسكان المحليين على إستخدام بعض الموارد الأساسية مثل المياه والطاقة نتيجة لندرتها؛
- ارتفاع معدلات الجريمة بشكل واضح مع حدوث النمو والتحول الحضري ، وعادة ما يصاحب إزدهار السياحة الجماعية زيادة في معدلات الجريمة ، إذ يزيد وجود عدد كبير من السائحين يحملون قدراً كبيراً من النقود ، ومتعلقات شخصية قَيمة مثل آلات التصوير ، والمجوهرات من جاذبية المكان للمجرمين بما يجلب نشاطات مثل السرقة وتجارة المخدرات ، ويمكن للسياحة أن تتسبب في تغييرات أو فقدان الهوية، والقيم المحلية، وسببها عدد من المؤثرات المترابطة كما يلي تفصيلاً: [2]

أ) **المتاجرة بالثقافة المحلية:** يمكن للسياحة أن تحول الثقافة المحلية إلى سلعة عندما تُختزل التقاليد الدينية والعادات والإحتفالات المحلية في صورة تتسق مع توقعات السائحين؛

ب) **المعيارية:** تواجه المقاصد السياحية خطر المعيارية في محاولتها إرضاء رغبات السائحين، فعلى الرغم من ضرورة تنوع المناظر الطبيعية، والسكن، والطعام والشراب الخ.. لكي يلبي إحتياجات السائح من رؤية ما هو جديد وغير معروف، فهي في الوقت نفسه يجب ألا تكون غريبة أو جديدة تماماً لأن القليل من السائحين يبحث بالفعل عن أشياء جديدة تماماً.

ج) **التكيف مع مطالب السائحين:** يرغب السائحون في شراء القطع التذكارية، والفنون، والأشغال اليدوية، وكل ما يعبر عن المظاهر الثقافية للمكان ، وقد إستجاب العديد من الصناع المهرة بالمقاصد السياحية إلى الطلب المتزايد بل وعدلوا تصميمات منتجاتهم ، لكي يجعلوها أكثر تلاءماً مع ذوق العملاء الجدد ، ويمكن أن يسهم الإهتمام الذي يظهره السائحون في الشعور بقيمة

1- كاتالونيا: منطقة تقع في شمال شرق إسبانيا، من ضمن سبعة عشر منطقة حكم ذاتي في إسبانيا.عاصمتها هي مدينة برشلونة، أنظر المرجع:
http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9% .

2- الآثار الاجتماعية – الثقافية، التنمية المستدامة . http://www.coastlearn.org/eg/why_socioimpacts.html.

This is trial version
www.adultpdf.com

الذات بالنسبة للفنانين كما يمكنه أن يساعد على الحفاظ على التقاليد الثقافية ، ولكن التآكل الثقافي قد يحدث عندما تتحول المنتجات الثقافية إلى بضاعة تُباع وتُشترى.

2 -أهم الإجراءات التي إتخذتها الجزائر لتفادي الآثار السلبية للسياحة على التنمية الإجتماعية

في هذا الإطار، تم إستحداث كونفيديرالية وطنية للمتعاملين في مجالات السياحة والأسفار والفندقة والصناعات التقليدية حتى يكون لهم فضاء للتشاور ، والتفكير والعمل الموحد ، هذه الهيئة تلعب دور المحاور إتجاه قطاعات أخرى والشركاء والهيئات الدولية العاملة في نفس المجال، وهذه الهيئة لها دور مهم من خلال إقتراحاتها وقراراتها المتعلقة بالتنمية الوطنية، بحيث أن جودة الأداء وإنجازات قطاع السياحة مرهونة بطبيعة علاقات قطاع السياحة مع بيئته الإقتصادية، والمهنية والإجتماعية.

بالإضافة إلى ترقية الشراكة بين القطاعين العام والخاص، بإعتبار أن السلسلة السياحية في الجزائر تعرف ديناميكية حقيقية في مختلف القطاعات (الأشغال العمومية والنقل والموارد المائية ...) والتي من شأنها دفع وتيرة القطاع السياحي ومن بينها مبادرة شركة الخطوط الجوية الجزائرية ، بتقديم تخفيضات في أسعار التذاكر.

قد إعتمد القطاع السياحي في الجزائر ومنذ عدة سنوات ديناميكية ، ترتكز على إرساء شراكة بين القطاع العام والخاص من أجل تحويل الجزائر إلى وجهة سياحية بإمتياز ، وتقوم الجهات الوصية في هذا الصدد بإيلاء أهمية قصوى للقطاع الخاص من خلال تقديم التمويل اللازم ومرافقة المستثمرين، حيث أضحى بمقدور المستثمر الخاص تسديد القرض على مدة قد تصل إلى 12 سنة، وفي هذا الإطار تم إبرام إتفاقيات مع ستة بنوك في هذا الاتجاه ، ومنح حقوق الإمتياز ، على مستوى الهضاب العليا يكون بالدينار الرمزي لمدة 10 سنوات، تمتد إلى 15 سنة بالنسبة للجنوب الكبير.

ويبلغ عدد المشاريع التابعة للخواص، والمسجلة على مستوى وزارة السياحة الجزائرية 712 مشروعا بتكلفة إجمالية تقدر بـــ 240 مليار دينار جزائري، حيث تتمركز أغلبيتها بالمناطق الحضرية بالنظر إلى أنّ الطلب الأكبر يوجد على مستوى المدن ، أما فيما يتعلق بالقطاع العام ، فالجهات الوصية عمدت إلى إعادة تهيئة فنادق يعود تاريخ إنجازها إلى السبعينيات ، شكلت أمجاد السياحة الجزائرية آنذاك على غرار الأوراسي بالعاصمة، والأندلسيات بوهران، والزيانيين بتلمسان، وكردادة ببوسعادة، وذلك من خلال تخصيص 70 مليار دينار جزائري، ويبلغ عدد المؤسسات الفندقية المعنية بهذه العملية 63 فندقا تابعا للقطاع العام ، لكن ومع وجود بعض العراقيل، لجأت الجهات الوصية إلى معالجتها حالة بحالة[1].

1 – الرائد، جريدة جزائرية يومية إخبارية مستقلة تصدر عن: مؤسسة الرائد للإعلام والإتصال: 2013/07/30 . http://elraaed.com/ara/apropos

This is trial version
www.adultpdf.com

والجدول التالي يوضح نسبة الشراكة بين القطاع العام والخاص في مجال السياحة خلال سنة (2012)

الجدول رقم: 59

عدد الفنادق على حسب ملكية القطاع

لعام (2012)

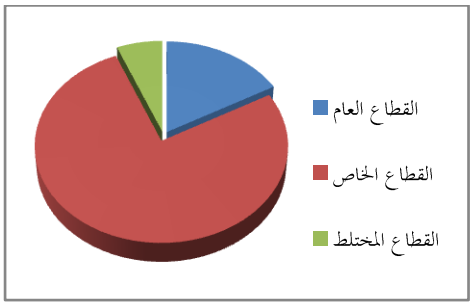
القطاع	عدد الفنادق(2012)
القطاع العام	16302
القطاع الخاص	74233
القطاع المختلط	5962
المجموع	**96497**

Source :Ministère du Tourisme et de l'Artisanat © (2013)
http://www.mta.gov.dz/site_relooke/fr/IndicEco.php

الشكل رقم: 48

عدد الفنادق على حسب القطاع

لعام (2012)



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (59)

من خلال الجدول رقم: (59) نلاحظ أن نسبة الشراكة بين القطاع الخاص، والعام تعد ضئيلة بحيث قدرت حوالي 6 %، وفي هذا الإطار قامت الجهات الوصية بمحاولة الحصول على دعم المجتمع المحلي وإشراك ذوي الخبرة ، والعمل على إنشاء منظمات حكومية ، ومدنية تعنى بالسياحة ، بالإضافة إلى إنشاء مجلس شامل يضم ممثلين محليين وحكوميين ، وأرباب الأعمال وذوي الخبرة ، والمعرفة في السياحة ، وكذا تقديم الدعم المالي ، لتشغيل مركز للمعلومات المحلية للسائح ، وتطوير البنية التحتية والتوجه نحو دعم المتعاملين الراغبين للإستثمار في مجال السياحة الموجهة للشباب، من منطلق أن الرهان يكمن في إستعادة هذا النوع مكانته ضمن برامج القطاع، إذ يؤكد خبراء المنظمة العالمية للسياحة أن 20% من التدفقات السياحية في العالم من فئة الشباب ، وهي ما تمثل سنويا حوالي 165 مليار دولار ، وهذه الخطوة تندرج ضمن تفعيل وجهة الجزائر السياحية، لاسيما أن تقرير مخطط القطاع يتوقع أن يصل عدد السواح الجزائريين في آفاق (2030) إلى 11 مليون سائح، من خلال تفعيل وتجنيد جهود جميع الفاعلين في القطاع أيضا، في إشارة إلى دور الوكالات السياحية، وأصحاب المؤسسات الفندقية.

إنخراط الجميع في الفعل السياحي تحت شعار السياحة مهمة الجميع ، سيؤدي حتما إلى تحقيق الأهداف المرجوة على الأمدين البعيد والمتوسط، وكذا سيضمن قدرة للقطاع لمواجهة التحديات ، وتحقيق الإحترافية العالية. الإستثمار الحقيقي يتجاوز الفندقة، فالمفهوم الواسع للسياحة يمتد إلى توفير وسائل الترفيه والراحة والمرافق الثقافية ، وكل ما من شأنه الإرتقاء بالفعل السياحي، فلا يكفي إنجاز فنادق فخمة إن كانت اليد العاملة والوسائل البشرية المسيرة لها ليست في المستوى المطلوب، فالسياحة هي قبل كل شيء الخدمات المقدمة.

This is trial version
www.adultpdf.com

المطلب الرابع: آفاق الترقية السياحية على التنمية الإقتصادية

تمثل السياحة في الجزائر قطاعاً إقتصادياً رئيسياً لضخ العملات الصعبة، وجذب الإستثمارات الأجنبية، كما يوفر أعداداً لا يستهان بها من فرص العمل، ويُمَكن من تحقيق إستغلال أمثل للموارد الطبيعية والبشرية، والحضارية، والتاريخية المتاحة لخدمة الإقتصاد والمجتمع.

أولا: قياس المؤشرات الإقتصادية

تتمثل عناصر القياس لتقييم التنمية السياحية المستدامة ، وأثرها على التمنية الإقتصادية في تطوير السكان النشطين، وتطوير التشغيل المحلي ، وكذا شراء المواد الأولية المحلية ، وعدد المواسم وأيام الإكتظاظ والتنوع الإجتماعي والثقافي، بالإضافة إلى النسبة المئوية للمؤسسات المملوكة من طرف الفاعلين المحليين.

بالنسبة للمعايير المعتمدة لقياس البعد الإقتصادي في الجزائر تتمثل في :

1 -**معيار المردودية:** ونقصد به مدى تحقيق الأرباح المادية ؟ وفيما يخص المؤشرات الممكنة المتعلقة لقياس هذا المعيار نجد حجم السكان، والتشغيل المحلي.

2 - **معيار الاندماج الإقليمي:** ونقصد به هل قطاع السياحة مندمج في الإقتصاد الإقليمي؟ وفيما يخص المؤشرات الممكنة المتعلقة لقياس هذا المعيار نجد: الأثر الإقتصادي، وتعدد الأنشطة السياحية.

3 -**معيار المرونة:** ونقصد به هل الأنشطة السياحية متنوعة؟ وفيما يخص المؤشرات الممكنة المتعلقة لقياس هذا المعيار نجد: عنصر الموسمية، وطلبات الزبائن.

4 -**معيار الديمومة** : ونقصد به هل السياحة مهددة بالتطورات الإقتصادية والإجتماعية؟ وفيما يخص المؤشرات الممكنة المتعلقة لقياس هذا المعيار نجد مسئولو التنظيم والإعلام .

ومن أهم الآثار الإقتصادية للسياحة نجد:

أ) الأثر على التوظيف والعمالة

يمثل قطاع السياحة مصدراً رئيسياً للتوظيف والعمالة، إما بعمالة وطنية مباشرة تتمثل في العاملين في شركات السياحة والفنادق ، والمحلات السياحية ، والمرشدين السياحيين، وإما بعمالة وطنية غير مباشرة تحققها القطاعات الأخرى مثل: قطاع الزراعة، الثقافة والصناعات التقليدية والصناعات الغذائية وقطاع البناء والصحة... الخ.

طبقا لتقديرات المنظمة العالمية للسياحة OMT المتعلقة بالشغل، فإن إنجاز سريرين (02) يؤدي إلى خلق (01) منصب شغل واحد مباشر وثلاثة (03) مناصب غير مباشرة متعلقة بالنشاطات الملحقة.[1]

وفي الجزائر: المقاييس المستهدفة لا تبتعد عن المقاييس الدولية المقبولة والتي قُيمَت كما يلي[2]:

– المؤسسات غير المصنفة وذات نجمة واحدة: 0,2 منصب دائم لكل سرير؛

1 – Ministère du tourisme: plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie, 2013, p.4.

2- ibid.

This is trial version
www.adultpdf.com

- المؤسسات ذات نجمتين:0,3 مناصب دائم لكل سرير؛
- المؤسسات ذات ثلاث (3) نجوم: 0,4 منصب دائم لكل سرير؛
- المؤسسات ذات اربعة (4) نجوم: 0,5 منصب دائم لكل سرير؛
- المؤسسات الفندقية ذات الدرجة الرفيعة: 0,7 منصب دائم لكل سرير.

ولقد تم حساب المعامل المضاعف لمناصب العمل من بعض الدول ، إستناداً إلى مناصب الشغل المحدثة بصفة مباشرة، بالرغم من النتائج الملحوظة بهذه المعدلات ، تبتعد الواحدة عن الأخرى إلا أنه سجل في جل الحالات معامل يتراوح مابين 1,2 و 1,5 منصب غير مباشر[1].

والجدول التالي يوضح تطور العمالة من سنة (2007) إلى غاية آفريل (2013).

جدول رقم: 60

تطور العمالة في القطاع الفندقي، المقاهي و المطاعم (2007) – أفريل (2013).

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	أفريل 2013
مناصب الشغل	204400	320000	370000	420000	420000	430000	450000

المصدر:إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.(2013).

من خلال الجدول رقم: (60) نلاحظ التزايد المستمر ، في عدد مناصب الشغل التي يوفرها قطاع السياحة بحيث وفر النشاط السياحي 450 ألف منصب شغل لحد أفريل (2013)، ويرجع هذا إلى الجهود المبذولة في إنشاء المشاريع السياحية، بحيث يعمل إنشاء المشاريع السياحية المباشرة ، أو المساعدة لها بمختلف أنواعها، أو التوسع في إنشائها رأسياً أو أفقياً، على خلق فرص عمل جديدة، سواء كان تمويل هذه المشاريع برأسمال أجنبي أو وطني، مما يؤدي إلى التخفيف من مشكلة البطالة في كثير من الأحيان، ويعمل ولو ببطء على تحسين مستوى الرفاهية الإقتصادية إضافة إلى[2]:

- توفير فرص عمل جديدة، وبالتالي زيادة المداخيل الفردية؛
- تنشيط قطاعات التعليم والتدريب في مجال المهن السياحية المختلفة، وتوفير فرص عمل كثيرة خاصة للنساء.

كما أن إتجاهات وتوقعات التنمية للقطاع السياحي في الجزائر، تؤكد بالنسبة لمؤشر التشغيل أن هناك إرتفاع في مناصب العمل الناتجة عن الأنشطة السياحية ، وكذلك عدد الأسرة الموضوعة تحت الإستغلال.

مما سبق، نلاحظ أن مساهمة قطاع السياحة بقدر الأهمية التي توليها الدولة للقطاع، فرغم تبني الجزائر الإستراتيجية محددة لتنمية قطاع السياحة، إلا أن الشروط والظروف الموضوعية الكفيلة بتحقيق الأهداف السياحية المسطرة ، تبقى دون المستوى المطلوب، مما إنعكس على معدلات الإنجاز من خلال

1 – التقرير العام للمجلس الوطني الإقتصادي والاجتماعي الدورة 16 نوفمبر (2000) الجزائر ص: 25.

2 – Ministère du tourisme : op-cit , p.7.

This is trial version
www.adultpdf.com

تحقيق مؤشرات ضعيفة، ونسبة مساهمة قطاع السياحة في التشغيل المقدرة بـ 5.4% منحت للجزائر المرتبة الأخيرة ضمن الدول العربية.[1]

ب) **الأثر على العملة الصعبة:** حيث إن السياحة تعمل من خلال عائداتها على توفير العملات الصعبة، التي ينجم عنها تحسين مستوى المعيشة ، ونوعية الحياة للمجتمع المحلي ، ودعم للتنمية الشاملة على المستوى الوطني والمحلي، بحيث أنه في مطلع (2013) قدرت المداخيل السياحية بالعملة الصعبة المتراكمة حوالي 6,4 مليار دولار أمريكي[2].

ج) **الأثر على الإستثمار في البني التحتية** : تؤدي تنمية قطاع السياحية إلى زيادة الإستثمارات في البنى التحتية المتمثلة في: المطارات، والطرق، والموانئ، والمتاحف،... الخ؛ إن التوسع في إنشاء المشاريع السياحية يرتبط به ظهور مشاريع أخرى جديدة، تمارس نشاطات إقتصادية معينة يزداد عليها الطلب نتيجة نشاط الحركة السياحية، وزيادة الطلب السياحي، حيث يعمل تطوير وتنشيط قطاع السياحة على إيجاد أنواع متعددة ، ومختلفة من العلاقات بين القطاعات الإقتصادية الأخرى الكثيرة والمتنوعة ينجم عنها تحقيق عدة منافع إقتصادية مباشرة أو غير مباشرة. وقد تم تحديد أهم المناطق الخاصة بالتوسع السياحي بـ 205 منطقة للتوسع السياحي تتربع على 35 ألف هكتار وتعتبر نسبة إستغلال مناطق التوسع السياحي ضعيفة ، نتيجة قلة مخططات التهيئة بحيث من بين 205 مخطط للتهيئة السياحية تم إنجاز ما يقارب نسبة 10% فقط لحد عام (2012).[3] ووجود 713 مشروع سياحي بغلاف مالي يقدر ب 220 مليار دج، من شأنه توفير 82 ألف سرير و40 ألف منصب شغل جديد، وتخصيص غلاف مالي يقدر ب 70 مليار دج لتهيئة الفنادق العمومية على المستوى الوطني.[4]

د) **الأثر على ميزان المدفوعات:** تُمثل السياحة عاملاً مهماً في ميزان المدفوعات لكثير من الدول ، بما تحققه من عوائد ، ويؤثر الدخل السياحي على ميزان المدفوعات أو الميزان التجاري تأثيرا مباشرا بالنسبة للدول المستقبلة للسياح، من خلال ما تضخه من عائدات سواء على شكل إستثمارات أو ضرائب أو رسوم، فعندما تكون مداخيل العملة الصعبة أكبر من أو تساوي نسبة خروج العملات الأجنبية، فإن رصيد هذا الميزان يكون عاملا لتوازن ميزان المدفوعات على مستوى الإقتصاد الوطني، وتكون له مساهمة فعالة في الدخل الوطني، رغم ضآلة الإيرادات السياحية بالنسبة لإجمالي

1- وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية التقرير السنوي (2013) .

2- التقرير العام للمجلس الوطني الإقتصادي والإجتماعي الدورة (2013) .

3 -Ministère du tourisme: plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie, 2013, p.4.

4- تصريح لوزير السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية لمجلة النصر يومية اخبارية وطنية. http://www.annasronline.com/index.php?option=com_ .

This is trial version
www.adultpdf.com

الناتج الوطني لايمكن تجاهل مساهمة هذه الإيرادات في تحسين الميزان، بحيث بلغت الإيرادات سنة (2012) 430 مليون دولار .[1]

إضافة إلى أن جميع المنافع السابقة الذكر تؤدي إلى تحقيق زيادة ملموسة في القيمة المضافة، والتي بدورها تؤدي لزيادة في الناتج الوطني للدول.

ه) **الأثر على الناتج المحلي الإجمالي** : يعتبر قطاع السياحة أكبر قطاع مكون للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية، أما في الجزائر فقد ساهمت النشاطات السياحية بـــ 170 مليار دج في دعم الإنتاج الوطني الخام ، (وتعتبر هذه المساهمة ضعيفة حيث لا تشكل إلا نسبة 2 % من الدخل الوطني القومي ويرجى بلوغ نسبة 5 % من هذا الدخل في آفاق (2015) بتحسين الإستثمار في مجال السياحة).[2]

إن هذه الأرقام تستدعي التوقف عندها فهي تكشف الكثيرة من الحقائق منها:

- التأخر الكبير في إعداد والمصادقة على المخططات التهيئة السياحية ، والمخططات السياحية الخاصة بالولايات حيث أن 85% من المشاريع السياحية الجاري إنجازها تتواجد خارج مناطق التوسع السياحي، كما أن 98% من المساحة العقارية المتوفرة في هذه المناطق لم يتم إستغلالها.[3]
- الحاجة إلى مراجعة وتحسين آليات مرافقة ، وتمويل الإستثمارات السياحية ، وتخفيف الإجراءات الإدارية خاصة بما يتعلق بالمصادقة على المخططات، ومنح رخص البناء والإستغلال.
- قدرات التكوين التي يملكها القطاع، لا تسمح له بالإستجابة للطلب المتعاظم على التكوين والتكوين المستمر الناجم عن تطور حجم التشغيل، في القطاع وعلى سبيل المثال، فان الطلب على التكوين سنة (2015) سيصل إلى حدود (200000) منصب بيداغوجي سنويا في كافة التخصصات ومهن السياحية .
- نشاطات وكالات السياحة والسفر التي تعتبر أساس العرض السياحي، لازالت ترتكز في معظمها على تصدير السواح إلى الخارج، خصوصا في إطار سياحة الحج العمرة، ولازالت تعزف عن تطوير نشاطات السياحة الداخلية.

مما سبق، نخلص إلى أنه بالرغم من هذا الإهتمام الواضح بالقطاع السياحي في الجزائر ، إلا أن القطاع لم يصل إلى مستوى الطموحات ، والمستوى الذي وصلت إليه الدول المغاربية، في المجال السياحي مع أنه تتشابه الإمكانيات والقدرات السياحية في معظم هذه الدول ، بل وتتفوق عليها، ذلك لأن القطاع السياحي في الجزائر مازال قطاعاً فتياً، فيه العديد من المقومات التي لم تُستثمر بعد، ويحتاج إلى بنية واسعة من المؤسسات السياحية، وخدمات السياحة المتنوعة، بحيث تكون فرص نجاح الإستثمار السياحي ، كبيرة

1-Ministère du Tourisme et de l'Artisanat © 2013, Les Chiffres clés pour l'année 2012, Balance de paiement

2- وكالة الانباء الجزائرية http://www.aps.dz/spip.php?page=article&id_article

3- تصريح وزير السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية، مجلة النصر **مرجع سابق**.

This is trial version
www.adultpdf.com

إذا ما رافق ذلك تطوراً وتوسعاً في قطاعات الخدمات المساندة للسياحة مثل: النقل، والإتصالات وتنفيذ برامج الترويج السياحي، سواء كنشاط سياحي أو بين فئات المستثمرين لتحفيزهم على الإستثمار في هذا القطاع الفتي والواعد .[1]

إنطلاقاً من التجارب السياحية لبعض الدول العربية المتقدمة في المجال السياحي، مقارنة بالجزائر يمكن أن نلاحظ ما يلي: تستقطب تونس في عام (2013) أكثر من 6 ملايين سائح، رغم صغر مساحتها والمغرب يصل السواح بها إلى ما يقارب 12 مليون سائح في سنة (2013)، في حين من المتوقع أن تستقطب الجزائر 3 مليون سائح فقط وذلك في آفاق (2015)، بالرغم من إنفرادها بمميزات أحسن من هذه الدول بكثير وحتى هذا التوقع لم تستطع تحقيقه فإلى غاية جوان (2013) لم يتعدى عدد السواح الوافدين إلى الجزائر 1,5 مليون سائح.

ثانياً :الإجراءات التي إتخاذها الجزائر لتجنب الآثار السلبية للسياحة على التنمية الإقتصادية

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات الحيوية في إقتصاد العديد من دول العالم ، المتقدمة منها أو النامية ومن بينها الجزائر التي باتت تستثمر المادة الخام المتوفرة في المقومات المختلفة، في تطوير السياحة وإستدامتها، إلا أن هذا لا يعني أنه لا توجد آثار سلبية على التنمية الإقتصادية.

1 -**الآثار السلبية**

ومن أجل إستدامة النشاط السياحي لابد من تجنب الآثار السلبية للسياحة على النشاط الإقتصادي والتي يمكن إختصارها في النقاط التالية:

أ. **تكلفة البنية التحتية** ، بحيث يمكن للسياحة أن تكلف الدولة ودافعي الضرائب أموالاً طائلة ، وقد يرغب أصحاب المشروعات السياحية في تحسين الميناء الجوي أو الطرق أو غير هذا من أشكال البنية التحتية، علاوة على إمكانية حصولهم على إعفاءات ضريبية وغير هذا من المزايا المالية التي تعتبر من النشاطات المكلفة.

ب. **البطالة الموسمية:** السمة الموسمية للوظائف ، خلقت مشكلات إقتصادية للمقاصد السياحية التي تعتمد اعتماداً كبيراً عليها، وتشمل المشكلات التي تواجهها العمالة الموسمية إنعدام الأمان الوظيفي (وما يتبعه هذا من أثر على الدخل)، فعادة ليس من ضمان للتوظيف من موسم لآخر، مع صعوبة الحصول على تدريب أو المزايا الطبية التي تمنحها الوظيفة أو إقرار بمدة الخدمة، علاوة على السكن السيء وظروف العمل السيئة.

ج. **زيادة الأسعار:** عادة ما يتسبب الطلب المتزايد على الخدمات الأساسية والسلع الأساسية من جانب السائحين في رفع الأسعار بشكل يؤثر سلباً على السكان المحليين ، الذين لا تزيد دخولهم بشكل متناسب، وقد تزيد المشروعات السياحية والإرتفاع المرتبط بها على الطلب على العقارات من

1 –Ministère du Tourisme et de l'Artisanat © 2013 voir le : http://Www.mta.gov.dz/accueil.htm

This is trial version
www.adultpdf.com

تكلفة البناء ومن قيمة الأرض، ولا يؤدي هذا فقط إلى تفاقم صعوبة حصول السكان المحليين على إحتياجاتهم الأساسية، بل يمكنه أن يؤدي إلى هيمنة الأجانب على سوق الأراضي والهجرة الداخلية التي تأكل الفرص الإقتصادية المتاحة لسكان البلد، مما ينتج عنها إستياء السكان المحليين من غلاء الأسعار، بسبب إقبال السياح والفرق في المستوى المادي بينهم وبين السياح، ومن العمالة الوافدة.

د. **تقل الفائدة الإقتصادية** عندما تكون المواد مجلوبة من الخارج والأماكن السياحية مملوكة لأجانب.

ه. تركيز نشاط السياحة في منطقة ما يعمل على تشتت إقتصادي.

2 –الإجراءات المتخذة لتنمية الإقتصادية لتفادي الآثار السلبية

في إطار بعث الإستثمار السياحي، أصدرت الوزارة الوصية، تعليمة وزارية [1] محددة لكيفيات وشروط إستغلال الأراضي المتواجدة داخل مناطق التوسع ، والمواقع السياحية ، وذلك بهدف رفع العراقيل وتحرير الإستثمار السياحي ، ويؤدي الشروع في تنفيذ محتوى هذه التعليمة، بالتنسيق مع الجماعات المحلية، إلى تسهيل الإستفادة من العقار المتواجد داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية، والإستجابة بالتالي إلى الطلب المعتبر الذي لم يتم تلبيته إلا أواخر (2013)[2]. فقد إتخذت الجهات الوصية بعض الإجرات نذكر منها:

أ) إعادة تقييم وتصنيف الفنادق ، والمركبات السياحية و المشكل الذي يواجه عملية إعادة تقييم وتصنيف الفنادق يتعلق بعملية التصنيف في حد ذاتها، بل بطبيعة الهياكل الفندقية التي تحتوي الحظيرة الوطنية، فالكثير من الهياكل المصنفة 3 و 4 نجوم تابعة للحظيرة العمومية وهي في طور العصرنة والتجديد.

والجدولان المواليان يبينان عدد الأسرة حسب التصنيف والمنتج لعام (2012):

جدول رقم: 61

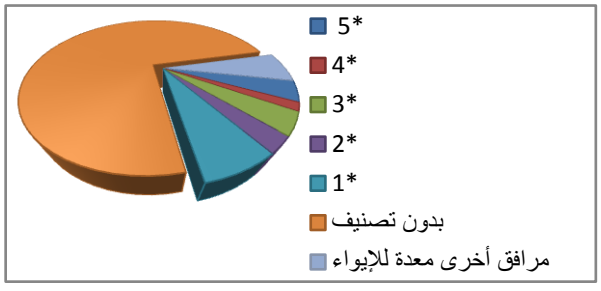
عدد الأسرة حسب التصنيف لسنة (2012)

التصنيف	(2012)
*5	*3948*
*4	1533
*3	3913
*2	2707
*1	6326
بدون تصنيف	71925
مرافق أخرى معدة للإيواء	6145
المجموع	96497

Source :Ministère du Tourisme et de l'Artisanat :Direction Plan Qualité. (2013)

الشكل رقم: 49

يبين عدد الأسرة حسب التصنيف لسنة (2012)



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (61)

1- تم التطرق لهذه التعليمة في المطلب الثالث من الفصل الثالث ص 118

2– تصريح وزير السياحة خلال الجلسات الوطنية الثانية للسياحة. http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/ = 15 - 04 – 2013

This is trial version
www.adultpdf.com

والجدول الموالي يبين عدد الأسرة حسب نوع النشاط لسنة (2012):

جدول رقم: 62

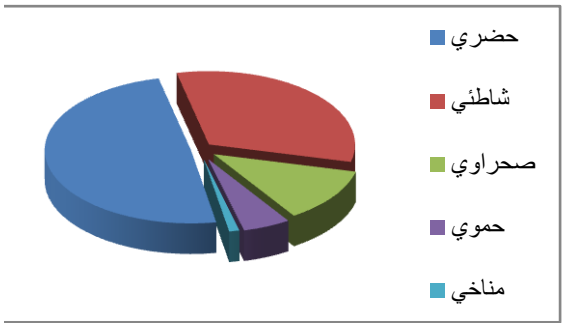
عدد الأسرة حسب نوع النشاط لسنة (2012)

نوع لنشاط	(2012)
حضري	47508
شاطئي	31238
صحراوي	11548
حموي	5095
مناخي	1108
المجموع	**96497**

Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat :Direction Plan Qualité

الشكل رقم: 50

عدد الأسرة حسب نوع النشاط لسنة (2012)



المصدر من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الجدول رقم: (62)

من خلال الجدولين رقم: **(61)** و **(62)** نلاحظ بأن أغلب الأسرة تتواجد بالفنادق غير مصنفة بحيث قدر عددها 71925 سرير وفي الفنادق الحضرية وفي هذا السياق الجدير بالذكر أن الفنادق الحضرية المصنفة في أقل من 2 نجوم، هي فنادق قديمة، لديها تحفظات فيما يتعلق بمعايير البناء والسلامة ، ووضعية التجهيزات الكهربائية، وشبكة الغاز وغيرها، وويتم توجيه أصحابها نحو تجديدها وعصرنتها في إطار إعادة التأهيل عوض غلقها، خاصة في ظل النقص المسجل في طاقات الإيواء ، هناك فنادق عمر خدماتهم يتجاوز 50 سنة وبالتالي لا تتماشى مع الإحتياطات الأمنية والخدماتية.

ب) تخفيضات في النقل الجوي: تقدم شركة الخطوط الجوية إبتداء من سنة (2010) تخفيضات تصل إلى 50٪ على تذاكر السفر، نحو الجنوب الكبير، وذلك في إطار تشجيع السياحة الداخلية، كما أن الوكالات التي تتفاوض مع الشركة في إطار تسويق منتوجات سياحية لفائدة الأفواج، تتحصل في الغالب على تخفيضات مهمة على كل الشبكة الوطنية، ب إعتبار أنه أصبح تقييم السياحة يخضع لمقاييس أساسية، بينها التأشيرة ، والنظام الضريبي ، والنقل الجوي، علما أن 65% من السياح يتنقلون بالطائرة عبر العالم، ومشكل النقل الجوي مشكل حقيقي في الجزائر ، رغم التخفيضات التي تقدمها الخطوط الجوية، فمثلا: ثمن التأشيرة من فرنسا إلى الجزائر يصل نحو 50 أورو، بينما سعر تذكرة السفر من باريس إلى أغادير بـــ 20 أورو فقط.

ج) بخصوص الترويج قامت بتنويع وسائل الترويج بإستعمال التكنولوجيا الحديثة، علما أن 60 % من المنتجات السياحية في العالم ، تباع عن طريق الإنترنيت ، وفيما يخص إنشاء الأقطاب السياحية في الجزائر، وتشجيع الإستثمار السياحي فهي تعرف حيوية ظاهرة تتطلب إعادة التوجيه.

د) وأما فيما يخص العنصر الأخير في المخطط التوجيهي ، والمتعلق بضرورة ملائمة الإستثمار مع المنتج السياحي بطريقة تمكن المستثمر من إستغلال المرفق السياحي على مدار السنة، قامت الجهات

This is trial version
www.adultpdf.com

الوصية بجواسة جادة للسوق من جهة ، وتثمين القدرات على الإبتكار في مجال المنتج السياحي من جهة أخرى.

تم تجسيد أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق (2030) الذي حددت من خلاله جملة من الأهداف، تدور أساساً حول النهوض بالسياحة ، من شأنه تشجيع ودعم الإستثمار لتعزيز القدرة الإيوائية، وتحسين جودة العروض السياحية ، ونوعية الخدمات المتعلقة أساساً بالفندقة ، والتكفل بتهيئة الفنادق وتأهيل المواراد البشرية ودعم وكالات السياحة والأسفار، إضافة إلى تثمين المقصد السياحي وتعزيز السياحة الداخلية، وتقييم ومراجعة الأداء. وبعد مرور خمس سنوات من إعتماد هذا المخطط الذي يشكل الإطار الإستراتيجي للسياحة في الجزائر، لاحظنا بعض النقائص، التي مست ديناميكية تطبيق المخطط التوجيهي للتنمية السياحية، لا سيما مسألة الجودة والترويج للمقصد السياحي.

وقد لوحظ، أن السياحة تساهم أيضاً في إلحاق أضرار بالبيئة، وذلك من خلال الضغط على النظم الإيكولوجية الهشة، ومن خلال تشييد المنتجعات أو الطرق التي تدمر المواقع الطبيعية والتراث، والضغط الذي يمارس على الأرض، والمياه، والجو بالإضافة إلى العمليات المتنوعة من جميع الأنواع التي تسبب التلوث، وتصريف المخلفات، وتحدث التآكل والتصحر، إلخ. وقد تؤثر هذه الأضرار أيضاً على جدوى التنمية السياحية الجديدة في مواقع معينة، أو ربحية الإستثمارات السياحية، ونتيجة لذلك، تؤثر على خلق الوظائف والعمالة. وقد أدى تنامي الوعي بالآثار السلبية المرتبطة بممارسات سياحية معينة، إلى جانب القبول العام بمبدأ التنمية المستدامة، إلى قيام المجتمع العالمي بإعادة تقييم النشاط السياحي ، على ضوء إستدامته الإقتصادية، والإجتماعية، والبيئية الطويلة الأجل، إلى جانب قياس المساهمة الإقتصادية للسياحة بإجماليات حساب السياحة الفرعي، وعمليات النمذجة التكميلية .

كما لوحظ ظهور عدد متزايد من المبادرات، على الصعيد الإقليمي من أجل وضع مؤشرات لتحليل أو رصد أو تقييم الآثار البيئية للتنمية السياحية في مناطق محددة، ولكلا النهجين (المحاسبة الكلية والمؤشرات) إمكانياته ومشاكله المتعلقة بالقيام على الصُعد الإقليمية المختلفة، بقياس الروابط بين السياحة والبيئة، ومن ثم يوصى بهما كأولوية أولى فيما يتعلق بقضايا إستدامة السياحة، ووجود حساب السياحة الفرعي ونظام الحسابات البيئية والإقتصادية على حد سواء، يسمح للبلد الذي يجري فيه تحقيق التوصيتين الدوليتين بتقدير الروابط بين السياحة والبيئة، على صعيد الإقتصاد الوطني، ويمكن أن يتم هذا بطريقتين[1]:

- إدماج السياحة كمجموعة محددة من القطاعات، ومن المستهلكين في حسابات التدفقات المختلطة للحسابات البيئية؛

1 – الأمم المتحدة،**التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة (2008)** ، منظمة السياحة العالمية،نيويورك، (2011)، ص80.

This is trial version
www.adultpdf.com

- مراعاة البيئة في الناتج المحلي الإجمالي للسياحة، المشتق من حساب السياحة الفرعي، مع الأخذ في الإعتبار تكلفة تدهور البيئة وإستخدام السياحة كرأس مال طبيعي، ويمكن أن تؤخذ أيضاً في الإعتبار نفقات منع التدهور كتعديل إضافي.

وجوهر هذا النهج الكلي على الصعيد الوطني، يكمن في إنشاء مصفوفة مدخلات، مخرجات من نوع أكثر تعقيداً لا تراعى فيه المدخلات المعتادة فحسب، بل أيضاً تتحدد المدخلات البيئية كمياً، وتشمل المخرجات أيضاً النفايات، وإنبعاثات غازات الدفيئة والمنتجات الثانوية الأخرى الهامة بيئياً، ويشمل إستهلاك رأس المال الثابت أيضاً تقدير تدهور الأصول البيئية، وبالنظر إلى أن جوهر حساب السياحة الفرعي يصور قطاعات السياحة، وإستهلاك السياحة داخل إطار عرض وإستخدام، فإنه يمكن تطويعه لهذا النوع من التحليل، شريطة تجميع حساب السياحة الفرعي، والحسابات البيئية على حد سواء على مستوى كاف من التبسيط للسماح بنوع ما من التكامل المتبادل.

This is trial version
www.adultpdf.com

خلاصة الفصل الرابع

لقد سمح التشخيص والتدقيق اللذين أنجزا في إطار إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق (2030) بتحديد التوجيهات الكبرى للصناعة العامة للسياحة، وتحديد تعريف تطلعات الزبائن المحليين والدوليين، وإبراز القدرات والرهانات السياحية الكبيرة للجزائر وتعريف الإختلالات التي يمكن أن تعيق التنمية السياحية، لكن وفي نفس الوقت الإنعطافات التي يمكن أن تدعمها.

ومن ثم، تعين القيام بعمل معمق لإعادة صياغة السياحة الجزائرية ، لجعلها وافداً جديداً في السياحة المتوسطية مع مراعاة تجسيدها أيضا في تنمية الإقليم وفي محيطه المحلي.

هذا، ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، ميثاقاً مشتركاً لجميع الفاعلين ، وإطاراً مرجعياً للعمل، ويساهم في مسعى شامل لتنمية الإقليم الجزائري، ويستهدف تسهيل بروز سياسة حقيقية للتنمية السياحية المستدامة، وترقية إقتصاد مكمل لقطاع المحروقات. و يساهم في التوازنات الإقتصادية والمالية الكبرى، والهدف من هذا المخطط هو تثمين صورة الجزائر.

هذا، ويقوم المفهوم لجديد للسياحة في الجزائر على خمس ديناميكيات تهدف إلى تثمين وجهة وعلامة الجزائر بغية مضاعفة جاذبيتها وقدرتها التنافسية وتحسين تموقعها، وإنشاء أقطاب الإمتياز السياحية وتنظيمها حول قرى سياحية ، يُعتمد فيها إبراز أصالة الواحات، وجمال المواقع المتوسطية، وتطبيق مخطط الجودة السياحية، بغية ضمان إمتياز العرض السياحي الوطني، إضافة إلى كون إدماج تكوين مهني عالي الجودة، والتفتح على تكنولوجيات الإعلام والإتصال ، والتموقع في خانة سياحية جديدة تتماشى مع التوجهات العالمية الصاعدة، فضلا عن ترقية الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص ، من خلال حلقات السلسلة السياحية، بما يضمن الفعالية وهذا بأن تصب مساعي كافة المتعاملين في توخي نفس الغاية ألا وهي إرضاء السائح، وأخيرا وضع خطة تمويل بسيطة وواضحة لدعم المستثمرين ، ومرافقتهم وتأطيرهم وإقامة علاقات ثقة معهم، ذلك أنه يستحيل إنعاش النمو دون إسترجاع الثقة المتبادلة، ومن ثم بات من الضروري أن يدرك المستثمر المحلي، مثله مثل المستثمر الدولي، الأهمية التي توليها الدولة لأمنه ولأمن ممتلكاته.

This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

إنّ تجسيد أبعاد وأسُس التنمية المستدامة،، يتطلب إحداث تغيرات جوهرية في الأنظمة الإقتصادية والإجتماعية، ولا يكفي أن يتم ذلك التغيير من خلال الدولة فقط، بل يكون من خلال تنشيط، وتفعيل ما يعرف بالمجتمع المدني: من جمعيات شعبية، ومنظمات حقوقية في إطار منظم تعاوني وتشاوري. ولتذكير فإن هذه الأبعاد، قد تم تجسيدها منذ أربعة عشر قرنا مضت في إطار منظم، وحضاري يكفل للجميع حقه في العيش، والكرامة، والحرية والعدالة، ويضمن حقوق الأجيال المقبلة، بإحداث تنمية، دون إفساد أو إهدار للموارد الطبيعية، والبيئية من خلال دراستنا لمفهوم التنمية المستدامة في الإسلام.

لقد شهدت صناعة السياحة تطورات ملحوظة، حيث تحولت من الممارسة الإستثمارية الضيقة التي لا تعتبر الموارد البشرية ، والطبيعية مصادر هامة فيها ، إلى النظرة الإستثمارية البعيدة المدى التي تعتبر الإستثمار أداة لتحقيق عائد يدعم البيئة ، وقد تم تضمين هذه الأفكار والبرامج في العديد من الإتفاقيات الإقليمية والدولية، بحيث لاحظنا أن مُعظم التظاهرات العلمية، والمهنية المتعلقة بقطاع السياحة في العالم توصي بضرورة إدماجه ضمن إستراتيجية مستدامة، وشاملة للأبعاد: الإجتماعية والثقافية والإقتصادية تحافظ على توازن متواصل بينهم داخل المحيط الطبيعي، الذي يحويه مفهوم التنمية المستدامة بمعنى أنها تدعو السياسات التنموية عامة، والبرامج العملية النابعة منها إلى حسن تدبير مجموعة معقدة من المصالح والرهانات المتضاربة والضغوط، والتحديات المتباينة، بهدف توفير أسباب الحياة الكريمة والصحية للإنسان بمختلف مكوناته الحضارية وعلى هذا النحو، تبرز أهمية السياسة التنموية، ودورها التنظيمي والتنسيقي عند مفترق هذه المصالح المتداخلة، إذ هي مطالبة بتنمية النشاط السياحي، بصورة لا يتحول الثراء الإقتصادي الناتج عنه إلى قنبلة زمنية، يدفع ثمنها المجتمع المحلي.

وبناءً على ما ورد في الأجندة (21) التي أقرها مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة ، والتنمية المسمى قمة الأرض عام (1992)، والتي تم فيها توضيح فكرة التنمية المستدامة بشكل أدق، قامت منظمة السياحة العالمية، ووكالات دولية أخرى بإعداد أجندة (21)، مخصصة لقطاعي السفر والسياحة ، بعنوان: نحو تنمية مستدامة رافقة بالبيئة، وهي تشرح الدور الذي ينبغي لهذين القطاعين أن يؤدياه لتحقيق تنمية سياحية مستدامة، كما وضعت منظمة السياحة العالمية ، تعريفاً لمفهوم السياحة المستدامة ، والتأكيد على أن التنمية تستدعي إدارة شؤون الموارد بطريقة تتيح تلبية الإحتياجات الإقتصادية، والإجتماعية، مع الحفاظ على كل المميزات الثقافية، وملامح البيئة الطبيعية. وقد أظهر تقرير منظمة السياحة العالمية إرتفاع إيرادات السياحة العالمية بنسبة 4% العام (2012) لتصل إلى 1.075 تريليون دولار، مقارنة مع 1.042 تريليون دولار خلال عام (2011) بالتوازي مع إرتفاع عدد السياح بنسبة 4% ليتجاوز مليار سائح.

This is trial version
www.adultpdf.com

بات النشاط السياحي في الجزائر ضرورة تمليها الظروف الإقتصادية والإجتماعية، إذ لا يُمكن التعويلُ على المقدرات النفطية فقط، بل من الأهمية دعم ذلك بالإستغلال الرشيد للموارد السياحية، في ظل رؤية إستراتيجية تتبناها الجهات الوصية، ويعيها أفراد المجتمع، تنطوي على إحداث تنمية شاملة ومستدامة.

هذا، وتجدر الإشارة إلى أن مقدار إهتمام الجزائر بالقطاع السياحي، ظهر عن طريق المبادرات لتطوير القطاع، بدءاً من ميثاق السياحة (1966)، والذي يعد لبنة لبناء السياسة السياحية في الجزائر، ثم جاءت بعده المخططات الوطنية التي حققت نتائج يمكن وصفها بالإيجابية، لكنها بقيت بعيدة عن متطلبات السوق السياحية العالمية وبعد الإنفتاح الإقتصادي الذي عرفته الجزائر، والسعي للإنضمام للمنظمة العالمية للتجارة، تم إصدار المزيد من التشريعات، والقوانين التي تحفز على الإستثمار في القطاع السياحي الجزائري وبعدها تم الإعلان عن أول إستراتيجية للتنيمة السياحية آفاق (2010) ثم تلتها إستراتيجية (2013) في المدى القصير وبعدها في المدى المتوسط (2015)، وأخيراً في المدى الطويل (2025)، والتي مددت إلى عام (2030) من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، غير أنه لوحظ أن النتائج أقل من مستوى التوقعات.

ومن خلال الدراسة كذلك، عرضنا الأسواق المنافسة للسياحة في الجزائر، والإستراتيجيات المتبعة في ترقية القطاع السياحي، لكل من تونس والمغرب ، فلما كانت تونس تطمح من خلال إستراتيجيتها الوصول لإستقطاب 10 ملايين سائح آفاق (2016)، نجد الجزائر تطمح إلى الوصول إلى 3 ملايين سائح آفاق (2015)، والمغرب 12 مليون سائح آفاق (2016)، وهذا ما يفسر ضعف في الرؤيا الإستراتيجية وما يحول دون المنافسة الجوارية، فبالرغم من تفوق الجزائر على هذه الدول في الكثير من المقومات، طبيعية كانت أو بشرية وحتى مالية إلا أنها لم تستطع محاكاة جيرانها.

لقد حاولنا، قراءة التجربة الأردنية من خلال دراسة الإستراتيجية التي إعتمدتها في تطوير القطاع السياحي، والتي حققت نجاحاً واضحاً، وتبين ذلك من خلال المؤشرات السياحية. وبينا كذلك، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد ، كمصدر لجذب العملات الأجنبية، لما له من تأثير مباشر على ميزان المدفوعات الجزائري، و كأكبر جاذب للإستثمارات، كما تحفز السياحة أيضا الإستثمار في البنى التحتية إضافة إلى الإستثمار في تأهيل البيئة الطبيعية ، والآثار الثقافية ، والتاريخية وبالنتيجة تساهم في المحافظة على التراث العمراني، كذلك تساهم السياحة في توفير فرص العمل المباشرة وغير المباشرة، حيث يؤدي النشاط السياحي إلى إستحداث وظائف جديدة في مجال السياحة أو الأعمال المرتبطة بها، وذلك من خلال زيادة الطلب على المنتج السياحي، الأمر الذي ينبثق عنه أيضا بشكل حتمي زيادة الإستثمار في قطاع السياحة وتوزيعه جغرافيا على مختلف المناطق ، إلى جانب ما ذكر ، تعتبر السياحة نشاطاً إنسانياً له تأثيراته الإجتماعية، والثقافية، والفكرية يتيح المجال لحوار الثقافات، والحضارات، ونشر التفاهم بين الشعوب وتنمية القيم الإنسانية، النبيلة المبنية على السلام، والإحترام المتبادل بينها.

This is trial version
www.adultpdf.com

كما خلصت الدراسة إلى أن إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة لآفاق (2030)، مدعمة من طرف الفاعلين في قطاع السياحة، وتطبيق هذه الإستراتيجية، شهد وجود عدة نقائص أهمها:

-عدم تقديم رؤية واضحة، حول كيفية رفع الوعي السياحي، سواء للعاملين في القطاع أو السكان المحليين؛

-غياب خريطة التوسع السياحي، ومناطق الإستثمار السياحي؛

-إهمال السياحة الصحراوية في المخططات التنموية؛

-عدم إعطاء أهمية لإنشاء المطارات الدولية والطرق السريعة؛

-عدم وجود هيئة أو لجنة لمراقبة ومتابعة تنفيذ البرنامج ؛

-عدم رصد ميزانية واضحة لتحقيق البرنامج؛

-عدم وجود إستراتيجية واضحة المعالم لتنفيذ البرامج التنموية؛

-غياب إستراتيجية تسويقية لتطوير هذا القطاع؛

-غياب الإحترافية في الميدان.

وتنفيذ هذه الإستراتيجية يحتاج إلى أدوات تساهم في تحقيق الغاية المنشودة ألا وهي تنمية سياحية مستدامة تنهض بالقطاع السياحي إلى درجة تحاكي أو تفوق الدول المجاورة التي تعتبر منافساً قوياً ومباشر لها. وعلى الرغم من أن السياحة تحتل حيزاً واضحاً في البرامج التنموية المطبقة والمقترحة لم تستطع الجزائر حتى يومنا هذا أن تنجح في النهوض بهذا القطاع ، وبالتالي يتطلب نجاح التنمية السياحية المستدامة ترقية منتجات ذات نوعية، وعرض التجهيزات المتميزة المتواجدة في أقاليم جذابة، وإطار شراكة للتنمية ، تجمع الدولة والجماعات المحلية، وجمعيات المهنيين في القطاع العمومي والخاص، والمنظومة التربوية، ومجمل القطاعات الإقتصادية ودعوة جميع الشركاء العموميين والخواص للمساهمة في مسعى عرضي ، ويدعم بإستراتيجية عملية للتمويل تهدف إلى مرافقة المتعاملين.

أولا: نتائج الدراسة

مما سبق ذكره، يمكننا إستنتاج ما يلي:

-إستراتجية التنمية السياحية في الجزائر ،لها عدة آثار ايجابية تمثلت في زيادة سعة الإيواء السياحي، وإعادة الإعتبار للحظيرة الفندقية المتواجدة، وتنوع العرض السياحي، وتحسين صورة السياحة الجزائرية وإدماج المقصد الجزائري، ضمن المسلك التجاري السياحي الدولي، وزيادة التدفق السياحي نحو الجزائر وتنويع المداخيل بالعملة الصعبة، وخلق مناصب شغل، بالإضافة إلى وضع حد للزحف الريفي؛

-إعتمدت الجزائر على القطاع العام في الهياكل السياحية ذات التكاليف الباهضة، والتسيير البيروقراطي وأهملت دور القطاع الخاص، مما ساهم في تراجع بل وتدهور القطاع السياحي بشكل عام، بحرمانه من الإستثمار الخاص الوطني والأجنبي، في حين كان دور القطاع الخاص بارزاً في كل من تونس والمغرب حيث حققتا خطوات عملاقة في جلب الإستثمارات الأجنبية والإستحواذ على قدر معتبر من

This is trial version
www.adultpdf.com

الإستثمارات السياحية، لتحتلا بذلك الصدارة في منطقة المغرب العربي . ففي سنة (2012) كانت المساهمة في الناتج الداخلي الخام: في الجزائر ما يقارب 2% ، أما في المغرب ما يقارب 7,8%، وفي تونس كانت المساهمة في الناتج الداخلي الخام ما يقارب 8%؛

- تستطيع الجزائر الاستفادة من ما حققت الأردن من نتائج إيجابية، بتبنيها إستراتيجة التنمية السياحية المستدامة، ويظهر ذلك في دورها جذب الإستثمارات، بالإضافة إلى خلق الوظائف ، وإدخال العملات الصعبة. وتعتبر مساهمة السياحة عاملا هاما في نمو وتنشيط الإقتصاد الأردني حيث تشكل:
  - 13% إلى الناتج المحلي الإجمالي (نسبة وليس مساهمة)؛
  - 64% من إجمالي مقبوضات حساب الخدمات في ميزان المدفوعات؛
  - 26% من إجمالي مقبوضات الحساب الجاري في ميزان المدفوعات (وهذا يضع السياحة في المركز الثالث من حيث الأهمية بعد الصادرات السلعية، وتحويلات العاملين في الخارج).
- وكذلك من خلال الدراسة، لاحظنا بأن الإستثمار السياحي في الجزائر ، يتجه إلى تغطية العجز المسجل في مجال الإيواء، هذا الأخير الذي يبقى بعيداً عن تلبية الطلب، وتندرج الإستثمارات في إطار الإستراتيجية الوطنية الخاصة بتهيئة القطاع السياحي في آفاق 2030 الذي يرمي إلى خلق نوع من التناسق، والتناغم في إنجاز مختلف المشاريع القطاعية وتم في هذا الإطار الإنطلاق في تجسيد مشاريع سياحية ضخمة، من شأنها الإستجابة للتدفق الهائل المرتقب للسياح، وإنعاش السياحة المحلية والوطنية ويخص الأمر إنجاز سبعة أقطاب سياحية ب إمتياز، و50 قرية سياحية ذات مواصفات عالمية، بمختلف ولايات الوطن.

- يواجه قطاع السياحة العديد من المعوقات التي تقف في طريق تطوره ، وإسهامه الفاعل في التنمية الإقتصادية للجزائر سواء في الوقت الحاضر أو المستقبلي، ويمكن تلخيص أهم المعوقات كالتالي:
  - نوعية المرشدين السياحيين غير ملائمة، لعدم توفر برامج تدريبية تأهيلية لكوادر العاملين في الهيئات السياحية الحكومية؛
  - ضعف البنية التحتية الداعمة كالطرق، والإتصالات، والخدمات التكميلية الأخرى؛
  - غياب الوعي، والثقافة السياحية لدى المواطنين، الذين يقطنون المناطق السياحية؛
  - عدم توفر المنشآت السياحية ذات المستوى الملائم، وعلى كافة المستويات؛
  - إنخفاض حجم الإستثمارات الموجهَة للقطاع السياحي؛
  - ضعف الترويج للسياحة، والإستثمار السياحي؛
  - تدهور بعض الآثار القديمة، نتيجة الإهمال، والتدخل العشوائي من جانب غير المختصين لترميمها؛

This is trial version
www.adultpdf.com

ثانيا: التوصيات

في ضوء ما سبق، يمكننا إقتراح بعض المبادئ المتعلقة بالحكم الراشد، والقواعد الضرورية الكفيلة بالتنمية المستدامة لقطاع السياحة، والتي يجب مراعاتها قبل أثناء، وبعد العملية الترقوية بالقطاع:

- **مبدأ الشفافية:** يجب أن تكون المعلومات المتعلقة بالإستثمار السياحي وبيئته، متوفرة بصفة عادية دون تمييز أو تكلفة، ويتم ذلك عن طريق ضمان حرية الإستثمار لكافة المستثمرين ، وتوفير الحماية لهم بقوة القانون، كما يتم أخذ كل الإحتياطات الحمائية لصالح العام، والمحيط والمستهلك، إضافة إلى عدم التمييز بين المستثمرين الأجانب ، ومعاملتهم بطريقة عادلة في مجال الحقوق ، والواجبات كالجزائريين، وذلك ضمن عملية الإستثمار،
- **مبدأ الرقابة:** إن عملية الرقابة مهمة جداً، وضرورية لأي نشاط إقتصادي، خاصة السياحة كونها عملية مستمرة، والرقابة التي نقصدها تنطلق أولا من تحديد المعايير الواجب الإلتزام بها ، والتي يفضَّل أن تكون عالمية، حتى نتمكن من المنافسة ، ومن ثم مراقبة خطة العمل قبل تنفيذها ومراجعة الأخطاء التي قد تشوبها وتستمر الرقابة أثناء التنفيذ ، بل أنها لا تنتهي بمجرد إنهاء العمل حيث يجب أن تتواصل لتقييم العمل، وإستخلاص العبر من الإنحرافات التي تكون قد تخللته، أو الإقتداء به إن كان ناجعاً وفعالاً؛
- **مبدأ المسؤولية والمساءلة:** يجب أن تحدد الصلاحيات ، والمسؤوليات في قطاع السياحة بدقة وذلك من خلال الوضوح التام في اللوائح ، والقوانين المهتمة بالقطاع ، ومن ثم يتسنى لنا مساءلة المعنيين عن أي إهمال أو تقصير، فمتى غاب تحديد الصلاحيات ، غابت المساءلة، ونسبت أسباب الفشل ، والقصور إلى المجهول أو إلى الكل، وفي الحالتين لا يحاسب المسؤول عن خطئه؛
- **مبدأ الوعي والمشاركة:** يجب العمل على التحسيس بأهمية دور السياحة في إقتصاد الجزائر المستقبلي وتجسيد ثقافة سياحية، تُعِد المجتمع الجزائري لتقبل سياح لهم خصوصيتهم ، وعاداتهم وتصرفاتهم المختلفة عنا ولإكتمال هذه الصورة، لا بد من إشراك المجتمع المدني (متمثلاً في الإعلام والجمعيات، والهيئات غير والحكومية...) في وضع دعائم سياحية قوية، لأن المجتمع المدني ، قد يمتلك نظرة أعمق أو على الأقل تكميلية لنظرة الدولة.

ومن أجل تنفيذ إستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق (2030)، يمكننا اقتراح مايلي:

- الإهتمام بالترويج السياحي: ويتم ذلك عن طريق:
  - إشراك الحركة الجمعوية، والمنظمات المهنية في الأعمال الترويجية؛
  - إعداد برامج الإتصال المؤسساتي على مدى عدة سنوات؛
  - إعادة تنظيم، وتدعيم، وسائل الترويج السياحي؛
  - إعداد دراسات السوق.

This is trial version
www.adultpdf.com

-الإهتمام بالعرض السياحي وترقيته، والتسويق السياحي، لكي تصبح وجهة الجزائر تنافسية على المستوى الدولي، وتلبي الطلبات المحلية في التسلية، والعطل، وتكون منتجة إقتصادياً وإجتماعياً؛

-هيكلة أقطاب سياحية للإمتياز السبعة ، بما يتناسب مع التنمية الإقليمية المعترف بها ، من قبل السوق الوطنية والدولية، من أجل مساهمتها إلى جانب القرى السياحية للإمتياز في تكوين الصورة السياحية للجزائر؛

-تحديد، وتنفيذ المخطط النوعي للسياحة ، الذي يرمي لتكييف العرض السياحي الجزائري مع توقعات مختلف مكونات السوق السياحي؛

-ربط الشبكة السياحية بالشراكة العمومية الخاصة، من أجل الترابط بين القطاعات؛

-تحديد التحفيز على إستراتيجية تمويل عملياتي، لمجابهة قبول المنافسة الدولية من جهة ، ومن جهة أخرى للإنسجام بين الأهداف الإقتصادية، للقطاع العمومي والقطاع الخاص؛

-ضرورة الإعتماد على الإدارة المستدامة، والمسؤولة للموارد الطبيعية، التي تعتبر أهم عناصر الإنتاج السياحي؛

-الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة ، في مجال السياحة المسؤولة، ومحاولة تطبيقها على حسب طبيعة المنطقة، وثقافة المجتمع (التجربة الأردنية)؛

-ضرورة التعامل مع العقار السياحي بحذر، نظراً لحساسيته الكبيرة، كون قطاع السياحة يعتبر قطاعاً أفقياً، يحتاج إلى تداخل مختلف القطاعات؛

-ضرورة إعداد الدراسات، والأبحاث الإجتماعية، والإقتصادية للحفاظ على ثقافة المجتمعات المحلية ورصد الأثر الإقتصادي، والبيئي لتنمية السياحة؛

-زيادة الإعتمادات المخصصة لبرامج التسويق، والترويج السياحي؛

-ضرورة نشر الوعي السياحي، وثقافة السياحة لدى أفراد المجتمع.

ثالثا: أفاق البحث

نقدم في ختام هذا البحث مجموعة من النقاط التي نراها جديرة بأن تكون آفاق بحث جديدة:

-قياس الأداء البيئي في المؤسسات السياحية بالجزائر؛

-أهمية السياحة الصحراوية في التنمية المحلية؛

-المسؤولية الإجتماعية في التنمية السياحية؛

-آليات التنمية الناجحة للناتج السياحي،

-السياحة الخضراء واقع وآفاق.

This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

أولا: المرجع بالغة العربية:

I. القران الكريم

1) سورة التوبة : رقمها 9 مدنية .

2) سورة الأعراف: رقمها 07 مكية.

3) سورة إبراهيم : رقمها 14 مكية.

4) سورة النحل : رقمها 16 مكية.

5) سورة النمل : رقمها 27 مكية.

6) سورة فاطر : رقمها 35 مكية.

7) سورة محمد : رقمها 46 مكية .

8) سورة التحريم : رقمها 66 مدنية.

9) سورة المرسلات: رقمها 77 مكية.

II. حديث نبوي

صحيح مسلم: ترقيم: محمد فؤاد الباقي، دار الكتب العليمة، بيروت، طبعة 1992.

III. الكتب

1) الجلاد أحمد، **السياحة المتواصلة البيئية**، عالم الكتاب، طبعة 1، مصر، 2002.

2) الجلاد احمد، **دراسات في الجغرافية السياحية**، عالم الكتب، القاهرة، 1997.

3) الجوهري محمد، **علم الاجتماع وقضايا التنمية في العالم الثالث**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 1990.

4) الحميري (موفق عدنان) والحوامدة (نبيل زعل)، **الجغرافية السياحية في القرن الحادي والعشرين**، دار الحامد، عمان، 2006.

5) الحسيني السيد، **التنمية والتخلف دراسات إستراتيجية بنائية**، دارالمعارف.الطبعة الثانية ، القاهرة، 1980.

6) الخضيري (محسن أحمد)، **التسويق السياحي**، مكتبة مدبولي، مصر، 1989 .

7) الخضيري (محسن أحمد)، **السياحة البيئية**، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2006 .

8) الروبي نبيل، **إقتصاديات السياحة**، مجموعة الدراسات السياحية، الإسكندرية، 1985.

9) الروبي نبيل، **التخطيط السياحي**، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987.

10) الروبي نبيل، **نظرية السياحة**، مجموعة الدراسات السياحية، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1991.

11) السرابي (خالد مقابلة علاء)، **التسويق السياحي الحديث**، دار وائل للنشر، عمان: الأردن، 2001.

12) البطام ناجي، **إدارة التنمية في العراق ومصر، دراسة نظرية** ، دار النهضة العربية، بيروت، 1975.

13) السلمي علي، **سياسات واستراتيجيات الإدارة في الدول النامية**، مكتبة غريب، القاهرة، دون سنة نشر.

This is trial version
www.adultpdf.com

14) السكري (مروان محسن)، **السياحة مضمونها وأهدافها**، سلسة الإقتصاد السياحي، الجزء الأول، دار مجدلاوي، الأردن، 1994 .

15) الشيراوي (محمد عبد المنعم)، **واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين**، دار الكنوز الأدبية، بيروت،. 2002

16) الصيرفي محمد، **السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر**، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2009 .

17) السيد عطف، **العولمة في ميزان الفكر**، مطبعة الانتصار، القاهرة، 2001.

18) الكتاني (مسعود مصطفى)، **علم السياحة والمنتزهات** ، الدار الجامعية، القاهرة، 1990 .

19) العجيمي (ضاري ناصر)، **الأبعاد البيئية للتنمية**، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 1992 .

20) العدل رضا، **التحليل الإقتصادي الكلي والجزئي**، مكتبة عين شمس، 1996.

21) العيسوي (عبد الرحمن محمد)، **علم النفس والتنمية الشمولية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.

22) ابن منظور، **لسان العرب**، دار الصادر طبعة منقحة ج5، بيروت ، 2004.

23) إلياس سراب وآخرون، **تسويق الخدمات السياحية**، دار الميسرة، الطبعة الأولى، عمان، 2002.

24) بدوي (أحمد زكي)، **معجم المصطلحات الإقتصادية**، دار الكتاب المصري، 1985.

25) بكري كامل، **التنمية الإقتصادية**، دار النهضة العربية، بيروت ، 1986.

26) توفيق (ماهر عبد العزيز)، **صناعة السياحة**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، لأردن، 1997.

27) حسنين (جليلة حسن)، **التنمية السياحية**، الدار الجامعية مصر، 2006 .

28) حسين (عدنان السيد)، **نظرية العلاقات الدولية**، دار الأمواج، ط1، لبنان، 2003.

29) خربوطلي صلاح الدين، **السياحة المستدامة**، سلسلة دار الرضا، دمشق، 2004 .

30) دخيل (محمد حسن)، **إشكالية التنمية الإقتصادية المتوازنة**، منشورات الجبلي الحقوقية، ط1، 2009.

31) دعبس يسرى، **السياحة والبيئة**، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، مصر، 2003.

32) زيتون محيا، **السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر** ، دار الشروق، مصر، 2002 .

33) سمارة (فؤاد رشيد)، **تسويق الخدمات السياحية**، المستقبل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى عمان، 2001.

34) شحاته (حسن أحمد)، **التلوث البيئي وإعاقة السياحة**، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2002 .

35) شرنه فرحات، **الحاجة إلى نظام اقتصادي جديد**، مطابع الشروق، القاهرة، 1990.

36) عبد القادر مصطفى، **دور الإعلان في التسويق السياحي**، الحواسب الجامعية للندوات ط1، بيروت، 2003.

37) عبد المنعم فؤاد، **التنمية السياحية في مصر والعالم العربي**، الاستراتيجيات، الطبعة 1، عالم الكتاب العربي، القاهرة، 2004.

38) عبد الواحد (السيّد عطية)، **دور السياسة المالية في تحقيق التنمية الإقتصادية** ، التوزيع العادي للدخول ، التنمية الإجتماعية، ضبط النظم، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993.

39) عبد الوهاب صلاح الدين، **التخطيط السياحي**، الدار القومية للطباعة والنشر، المكتبة السياحية، مصر، بدون تاريخ.

40) عبد الوهاب علي، **إدارة الأفراد**، مؤسسة شباب الجامعة، الجزء الأول، الطبعة الثانية، الإسكندرية، 2003.

This is trial version
www.adultpdf.com

41) عبيدات محمد، **التسويق السياحي**، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان: الأردن، 2000.

42) عجمية عبد العزيز، الليثي (محمد علي)، **التنمية الإقتصادية مفهومها نظراتها سياساتها**، الإسكندرية، الدار الجامعية،2001 .

43) عجمية (محمد عبد العزيز)، إيمان عطية ناصف، **التنمية الإقتصادية، دراسات نظرية وتطبيقية**، كلية التجارة بجامعة الإسكندرية 2000.

44) عطية (عبد القادر محمد عبد القادر) وآخرون، **قضايا إقتصادية معاصرة**، نشر قسم الإقتصاد كلية التجارة جامعة الإسكندرية2005.

45) غربي علي وآخرون، **تنمية المجتمع من التحديث إلى العولمة**، دار الفجر، لقاهرة، عام ،2003.

46) غنيم (عثمان محمد) وسعد (بنيتا نبيل)، **التخطيط السياحي**، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع عمان،2001.

47) غنيم (عثمان محمد) وماجدة أحمد أبو زنط، **التنمية المستديمة – فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها–** ط1؛ دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2007.

48) كافي (يوسف مصطفى) **صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الإقتصادية**، دار الفرات نينار للنشر والتوزيع لبنان 2006.

49) كامل محمود، **السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً**، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، القاهرة، 1999 .

50) مصطفى (محمد مدحت)، سهير عبد الظاهر احمد، **النماذج الرياضية لتخطيط والتنمية الإقتصادية**، مكتبة الإشعاع الفنية الإسكندرية، 1999 .

51) مصطفى عبد القادر،**دور الإعلان في التسويق السياحي** ، لمؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع،بيروت، 2003.

52) مدحت (أيوب أحمد)،عبد الو نيس، **إقتصاد المعرفة**، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، القاهرة، 2006 .

53) مقابلة (أحمد محمود)، **صناعة السياحة**، كنوز المعرفة العلمية، عمان، 2008 .

54) منسي (عادل عبد الجواد)، **التسويق السياحي**، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2001 .

55) نجيب نعمت الله وآخرون، **مقدمة في الإقتصاد**، الدار الجامعية، بيروت، 1990.

IV. الأطروحات والرسائل الجامعية

56) بزة صالح، **تنمية السوق السياحية بالجزائر** "دراسة حالة ولاية مسيلة" مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير تخصص علوم التسيير جامعة المسيلة، المسيلة: الجزائر، 2005.

57) بودي عبد القادر، **أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، السياحة بالجنوب الغربي** رسالة دكتورة دولة في علوم التسيير كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005/2006.

58) عبد القادر هدير، **واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها** رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير جامعة الجزائر 2005 / 2006 .

59) عشي صليحة، الأداء والأثر الإقتصادي والإجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب أطروحة دكتوراه علوم في اقتصاد التنمية جامعة الحاج لخضر – باتنة السنة الجامعية : 2010 / 1011.

60) عيساني عامر، **الأهمية الإقتصادية لتنمية المستدامة** ، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير – شعبة : تسيير المؤسسات جامعة الحاج لخضر – باتنة السنة الجامعية : 2010 / 2009.

This is trial version
www.adultpdf.com

61) كواش خالد، **أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية حالة الجزائر**، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر قسم العلوم الإقتصادية 2004.

62) موفق علي، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، رسالة ماجيستير في العلوم الإقتصادية فرع التخطيط والتنمية، جامعة الجزائر2002.

V. الملتقيات والأيام الدراسية

1) إبراهيم خليل بظاظو، **إستعادة الفرص الضائعة في القطاع السياحي الأردني** ، ورقة بحثية مقدمة في تقرير حول أهم القضايا الإقتصادية والإجتماعية في الأردن، المجلس الإقتصادي الإجتماعي، جامعة الشرق الأوسط، 2012.

2) أحمد لعمى، **التسويق في مجال الخدمات السياحة** الأيام الدراسية حول التسويق واتفاقات الشراكة المركز الجامعي بشار،الجزائر 2002.

3) الرفاعي (سحر قدوري)، **التنمية المستدامة مع التركيز على إدارة** البيئة، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر المنظور الإقتصادي للتنمية المنظمة العربية لتنمية الإدارية، تونس سبتمبر2007 .

4) بن فرحات ساعد وشيبان سمير، **محاولة إقتراح نموذج قياسي لأثر المتغيرات الإقتصادية والإجتماعية في الطلب السياحي في الجزائر للفترة 1995- 2009**، مداخلة في إطار الملتقى الدولي حول السياحة الصحراوية، جامعة بسكرة ،11-12 -2012.

5) بن نافلة قدور، **التنمية السياحية :في خدمة الدول المتقدمة و النامية على السواء** ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى العلمي الدولي حول: أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة جامعة المسيلة يومي 11/10 نوفمبر 2009.

6) دعبس يسرى، **العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية**، الملتقى المصري للإبداع والتنمية مصر، 2002 .

7) دعبس يسرى، **صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق**، الملتقى المصري للإبداع والتنمية مصر، 2003.

8) الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة **دليل مفهوم السياحة المستدامة وتطبيقها** برنامج الأمم المتحدة للبيئة جامعة الدول العربية 2010.

9) رحال علي وعيساني عامر، **إستراتيجية التنمية السياحية دراسة مقارنة (الجزائر، مصر و تونس)** للملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة بسكرة يومي 09 و 10مارس2010 .

10) سنوسي علي، **صناعة السياحة في ظل التنمية المستدامة المفاهيم** ، التطور والأبعاد، مداخلة في الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق معهد العلوم الإقتصادية، المركز الجامعي للبويرة، البويرة: الجزائر، 2010.

11) صولح سماح، **ضغوط السياحة على قيم وثقافة وتقاليد المجتمع**، مداخلة مقدمة في إطار ملتقى دولي حول اقتصاد السياحة والتنمية المستدامة، جامعة بسكرة، بسكرة: الجزائر، 09-10 مارس 2010 .

12) عراقي (محمد إبراهيم)، فاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي الإسكندرية 2007.

13) عبد الرحمن السحيباني، حبيب الهبر، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي دليل مفهوم السياحة المستدامة سلسلة1 2005.

14) كشرود (محمد بشير)، برنامج عمل التنمية السياحية المستديمة أفاق 2010، الأيام الدراسية لمدراء السياحة، وزارة السياحة، الجزائر مارس 2002.

15) كواش خالد، أهمية السياحة والصناعة التقليدية في التنمية، الملتقى الدولي حول واقع ومستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر دار الثقافة، بشار، ديسمبر 2003.

16) مخلوفي عبد السلام، دور السياحة في التنمية المحلية الملتقى الدولي حول واقع ومستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر دار الثقافة بشار2003.

This is trial version
www.adultpdf.com

17) الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة تقرير حول اليومين الإعلاميين المنعقدين مع المصالح الخارجية تحت شعار: المحافظة على العقار أداة للتنمية السياحية، الجزائر، 12/11 أكتوبر 2004

18) الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، محضر مختصر لأشغال جلسات المجلس الشعبي الوطني، المصادقة على مشروعي قانوني التنمية المستدامة للسياحة ومناطق التوسع والمواقع السياحية، 06 جانفي 2003.

19) الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، مديرية التعاون والاتصال، مداخلة بعنوان الاتصال في السياحة اليوم الإعلامي والتوجيهي مع المنتخبين بولاية بومرداس، 02 جوان 2004.

20) خميس (عبد الرحمن رداد)، المؤشرات البيئية جزء من مؤشرات التنمية المستدامة، المؤتمر الإحصائي العربي، الإمارات العربية، 2009

VI. المجلات

1) بدة محجوب وآخرون، **الجودة والإحترافية مفتاح الوجهة السياحية الجزائرية** ، مجلة الأبحاث الإقتصادية العدد 13 تصدر عن دار الأبحاث للترجمة و النشر والتوزيع، الجزائر، 2009.

2) دعماش عبد الحفيظ، **نحو إنتعاش السياحة الداخلية في الجزائر على خلفية أزمات دول الجوار**، من موقع مجلة السواح العدد 40بتاريخ 25 ماي 2011 .

3) السحيباني عبد الرحمن، **دليل مفهوم السياحة المستدامة وتطبيقها**، جامعة الدول العربية ، **الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة** في الوطن العربي برنامج الأمم المتحدة للبيئة 2010.

4) السيد (مصطفى أحمد)، **الموارد البشرية العربية**، أخبار الإدارة العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية العدد: 30، القاهرة، 2000.

5) طير عبد العالي، مجلة **الجزائر سياحة**، الديوان الوطني للسياحة، العدد رقم 28، 2004.

6) عبد السميع (محمد فراج)، **آيات وضع الفيوم في الواجهة السياحية**، مجلة البحوث السياحية، القاهرة أكتوبر 2010.

7) فلاحي (صالح عمر)، **التنمية المستدامة بين تراكم رأس المال في الشمال واتساع الفقر في الجنوب** ، مجلة العلوم الإقتصادية، جامعة سطيف العدد 2004/03.

8) كواش خالد، **مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، السداسي الثاني الشلف، 2004.

9) المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، الإدارة العامة التصميم وتطوير المناهج، سفر وسياحة حجز خدمات سياحية العدد 184 المملكة العربية السعودية 2010.

10) مجلة الجزائر، سياحة، **زيارة إلى بلاد السياحة**، العدد: رقم 28، 2004.

11) مجلة الجزائر سياحة، نشرة إعلامية تصدر عن الديوان الوطني للسياحة، استثمار، العدد 15، بتاريخ ابريل 2002.

10) مختار (ياقوت أمينة)، **كيفية اجتذاب أسواق جديدة لسوق المصرية** مجلة البحوث السياحية، عدد ديسمبر، وزارة السياحة القاهرة 2008.

12) هرمز نور الدين، **التخطيط السياحي والتنمية السياحية** مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية سلسلة العلوم الإقتصادية والقانونية المجلد (28) العدد (3) 2006 .

13) وفا عبد الباسط، **التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية والتحديات المعاصرة**، مجلة حلوان العدد 12 جوان 2005.

This is trial version
www.adultpdf.com

14) حسن لطيف كاظم الزبيدي، الإقتصاد السياسي للعولمة : قراءة في تحولات النسق العالمي من الإقتصاد الوطني إلى الإقتصاد المعو لم مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، جامعة البصرة، العدد 2006.

15) المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والآثار الأردنية، **النشرة الإحصائية السياحية**، المجلد التاسع– العدد الثاني، الأردن 2013.

VII. الدرسات والتقارير

1) **الكتاب1** تشخيص السياحة الجزائرية، وزارة التهيئة الإقليمية البيئة والسياحة الجزائر، جانفي 2008.

2) **الكتاب2** الحركيات الخمس وزارة التهيئة الإقليمية البيئة والسياحة الجزائر، جانفي 2008.

3) **الكتاب3** الأقطاب السياحية للامتياز وزارة التهيئة الإقليمية البيئة والسياحة الجزائر، جانفي 2008.

4) **الكتاب4** تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وزارة التهيئة الإقليمية البيئة والسياحة الجزائر، جانفي 2008.

5) **الكتاب5** المشاريع السياحية ذات الأولوية وزارة التهيئة الإقليمية البيئة والسياحة الجزائر، جانفي 2008.

6) العيسوي إبراهيم، التنمية : المفهوم والمؤشرات مذكرات تدريبية غير منشورة، المهد العربي للتخطيط بالكويت، 1994.

7) المنظمة العربية للسياحة، جامعة الدول العربية، تقرير التنافسية والسفر، 2012.

8) الجلسات الوطنية الثانية للسياحة، قصر الأمم، الجزائر، 14 أفريل 2013.

9) الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، تصور تطوير السياحة للعشرية، 2004 - 2013.

10) منظمة المؤتمر الإسلامي، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي، أفاق والتحديات، مركز الأبحاث الإحصائية والإقتصادية والإجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، أنقرة، 2010.

11) الأمم المتحدة، تنمية السياحة المستدامة، تقرير المجلس الإقتصادي والإجتماعي 02 مارس 2001.

12) الجمهورية التونسية البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الفندقية، من موقع الديوان الوطني للسياحة التونسية، بتاريخ: 07/04/23.

13) بنك الجزائر، إحصائيات 2007.

14) تصريح، مدير عام الديوان الوطني الجزائري للسياحة ،مجلة السواح ماي 2011.

15) الجمهورية الجزائرية ،تقرير خاص وزارة السياحة، سياسة تنمية قطاع السياحة آفاق 2015، مارس 2006.

16) تقرير المنظمة العالمية للسياحة 2011.

17) تقرير المنظمة العالمية للسياحة 2013.

18) هيئة الأمم المتحدة، تقرير التنمية البشرية، 2000.

19) الجمهورية الجزائرية، إحصائيات وزارة السياحة، مديرية التنمية والاستثمار السياحي 2006.

20) الجمهورية الجزائرية، وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، إنشاء المخطط الرباعي الأول (70-1973).

21) الجمهورية الجزائرية، وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، إنشاء المخطط الرباعي الثاني(74-1977).

22) الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، تقرير بعنوان سياسة تنمية قطاع السياحة، مارس، 2006.

23) الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، تقرير خاص بالتنمية المستديمة للسياحة، 2005 .

This is trial version
www.adultpdf.com

24) الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، محضر مختصر لأشغال جلسات المجلس الشعبي الوطني، المصادقة على مشروعي قانوني التنمية المستدامة للسياحة، ومناطق التوسع والمواقع السياحية، 06 جانفي 2003 .

25) الجمهورية الجزائرية وزارة السياحة، مشروع أولي لميثاق السياحة، جانفي 2002 .

26) الجمهورية الجزائرية وزارة السياحة، مشروع تمهيدي لقانون توجيهي متعلق بالتنمية المستديمة لسنة 2001 .

27) الجمهورية الجزائرية وزارة السياحة، الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، المهام والنشاطات من طرف الوكالة الوطنية للتنمية السياحية 18/17 مارس 2002.

28) الجمهورية الجزائرية إحصائيات مديرية التنمية والإستثمار السياحي وزارة السياحة، 2012.

29) المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة و الآثار، الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام (2004 – 2010).

30) المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة و الآثار، الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام (2011–2015).

31) المنظمة العالمية للسياحة وهيئة الأمم المتحدة، التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة (2008) نيويورك، (2011).

32) برنامج حوض البحر الأبيض المتوسط (2007- 2013) النسخة النهائية معتمدة بموجب قرار الهيئة الأوروبية 2013.

33) الدليل الإقتصادي والإجتماعي للجزائر، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، 1989.

34) الجمهورية التونسية، الديوان التونسي اللإحصائيات السياحية، وزارة السياحة البنك المركزي التونسي، وزارة التنمية والتعاون الدولي إحصئيات 2006.

35) المجموعة الإحصائية السنوية للجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات، نشرة 1991.

36) الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام، رقم نشرة 34، 2005.

37) الديوان التونسي للإحصائيات السياحية، وزارة السياحة 2013.

38) البنك المركزي التونسي، وزارة التنمية والتعاون الدولي 2013.

39) الشبكة الأورو متوسطية لوكالات الترقية والاستثمار: http://www.animaweb.org/

40) البوابة الرسمية لخمسينية الإستقلال الجزائر: http://www.djazair50.dz

41) البنك الدولي لإنشاء والتعمير: http://www.albankaldawli.org/dataandresearch

42) هيئة الأمم المتحدة: http://www.un.org/ar/development

43) هيئة الأمم المتحدة ،لجنة التنمية المستدامة: http://www.un.org/esa/dsd/csd/csd_csd17.shtml

44) الأمم المتحدة الإنمائية للألفية: http://www.un.org/esa/dsd/csd/csd_csd17.shtml

45) المنظمة العالمية اليونيسكو: http://www.unesco.org/new/ar

46) منظمة السياحة العربية: http://www.arab-tourismorg.org

47) البنك المركزي التونسي: http://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/arabe/index1.jsp

48) المنتدى الإقتصادي العالمي (World Economic Forum) تقرير التنافسية العالمي لعام: (2010-2011): http://www.weforum.org/repor

49) منظمة العمل الدولية: http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm

50) جامعة الدول العربية، إعرف وطنك: http://www.arab-tourismorg.org/index.php/know-your-ho

51) تقرير الصندوق العالمي للطبيعة: http://elearn.shams.edu.eg/edu/elec-c/biodiversity -a.htm

This is trial version
www.adultpdf.com

52) ثريا فرج الرميح، السياحة المستدامة، المفهوم الأهداف الأهمية:	http://geopot.wordpress.com
53) مؤشرات وقياس التنمية المستدامة:	www.zone.biomapegypt.org/../showthread.phpdu -9-18 2012
54) ياسمين بوعلي، السياحة الجزائرية لم تحقق نتائج إيجابية مجلة الوسيط:	http://www.elwassat.com
55) عبد الحفيظ دعماش نحو انتعاش السياحة الداخلية في الجزائر على خلفية ازمات دول الجوار:	http://www.middle-east-online.com
56) صالح فلاحي، النهوض بالسياحة أهم شروط التنمية المستدامة،جريدة الشعب:	http://www.ech-chaab.net/old/index.php?option=com
57) برنامج التنمية المستدامة في المغرب ، التنمية المجالية:	http://www.oasistafilalet.ma/ar/main.php?id=1
58) دراسة حول تطوير القطاع السياحي في أفق 2016:	http://www.turess.com/akhbar/59672
59) القاموس العربي من موقع :	http://www.almaany.com
60) الحسابات القومية التابعة لمنظمة الصحة العالمية:	ttp://apps.who.int/nha/database for the most recent updates.
61) هيئة تنشيط السياحة الأردنية التقرير السنوي 2012:	http://ar.visitjordan.com/default.aspx?t
62) البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الفندقية، من موقع الديوان الوطني للسياحة التونسية بتاريخ: (2011/04/23)	www.tunisietourisme.com.tn.
63) الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار الجزائرية،2013:	http://www.andi.dz/index.php/ar/a-propos
64) الوكالة الوطنية لتطوير السياحة، زارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية:	http://www.andt-dz.org/ar
65) إحصئيات المنظمة العالمية للسياحة 2013:	http://www.unwto.org/ar
66) تقرير منظمة السياحة العالمية السنوي للعام 2012:	.http://mkt.unwto.org/en/barometer
67) الإتحاد العربى للتنمية المستدامة والبيئة:	http://www.al-eyassah.com/mainpage/tabid/36/Default.aspx
68) رؤوف محمد علي الأنصاري ،السياحة والبيئة مجلة الموروث إلكترونية شهرية متخصصة في عالم الكتب. العدد السابع والخمسون – نوفمبر، 2012 :	http://www.iraqnla-iq.com/fp/journal57/images/button11.jpg
69) المجلة الإفريقية للعلوم السياسية:	http://bchaib.net/mas/index.php?option=com_content&view

VIII. المراسيم والقوانين

11) الجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي رقم: 10-186مؤرخ في14 يوليو2010 الذي يحدد شروط إنشاء وكالات السياحة (ج.ر عدد: 4)

12) الجمهورية الجزائرية، قرار مؤرخ في26 فبراير2001، يحدد مميزات المنشآت المادية الخاصة بوكالة السياحة والأسفار. (ج.ر **عدد**: 18)

13) الجمهورية الجزائرية، قرار مؤرخ في أول مارس 2011، يحدد خصائص رخصة استغلال وكالة السياحة والأسفار. (ج.ر عدد :22)

14)الجمهورية الجزائرية، قانون رقم:99-06 مؤرخ في4 أبريل1999 يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السّياحة والأسفار.(ج.ر عدد:24)

This is trial version
www.adultpdf.com

15) الجمهورية الجزائرية، قانون رقم 03-01 مؤرخ في 17 فبراير2003، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، (ج ر عدد :11).

16) الجمهورية الجزائرية، قانون رقم 03-03 مؤرخ في الموافق 17 فبراير 2003، يتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، (ج.ر عدد:11).

17)الجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي رقم 06-325 مؤرخ في 18 سبتمبر: 2006 يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها (ج.ر عدد:58)

18)الجمهورية الجزائرية المرسوم تنفيذي رقم:98-70 21مؤرخ في فبراير سنة1998 يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة (ج.ر عدد :11)

19)الجمهورية الجزائرية، الأمر رقم: 01-03 مؤرخ في20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار المؤرخ في(ج ر عدد :47).

20)الجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي رقم 90-112مؤرخ في17 ابريل سنة:1990 يحدد كيفيات تسيير حساب التخصيص (ج.ر.عدد:16).

21) الجمهورية الجزائرية، القانون رقم: 01-19 المؤرخ في 15 ديسمبر 2001 والمتعلق بتسيير النفايات و مراقبتها (ج.ر عدد:77)

22)الجمهورية الجزائرية، القانون رقم:1-20 المؤرخ في(15/ديسمبر/2001) الذي يتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، (ج.ر عدد:77).

23) الجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي رقم 90-409 مؤرخ في:22 ديسمبر 1990 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة (ج.رعدد:65)

24)الجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي رقم: 98-70 المؤرخ في 21 فيفري 1998، (ج.ر عدد:11)

25)الجمهورية الجزائرية، وزارة السياحة، مشروع مرسوم تنفيذي متضمن إنشاء وتنظيم وتسيير المجلس الوطني للسياحة، جانفي 2002.

26)الميثاق السياحي الجزائري لسنة 1966.

IX. مواقع على الانترنت

1) موقع صيد الفوائد:	http://saaid.net/book/index.php
2) تاريخ الإسلام:	http://islamstory.com/ar
3) موقف الإسلام من السياحة :	http://www.onislam.net/arabic
4) الموسوعة الجغرافية:	http://www.4geography.com/vb/program/alhjerdesign_program_02.jpg
5) الموسوعة البيئية:	http://www.bee2ah.com
6) مؤتمر قمة الأرض جوهانسبرغ 2002 :	http://www.un.org/arabic/conferences/wssd
7) هيئة الصحة ابوظبي الحد الحراري للعمل:	http://www.haad.ae/Safety-inHeat/Portals/_default/Skins/SIHAR/
8) جغرافيا السياحة:	http://www.arabgeographers.net/vb/showthread.
9) إيكولوجيا:	http:// www.maroc-ecologie.net
10)وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية 2012:	http://www.mta.gov.dz
11)جريدة الخبر يومية 20 أفريل 2012	http://www.elkhabar.com/ar/autres/dernieres_
12)وزارة السياحة المغربية:	http://www.tourisme.gov.ma/index_ar.htm
13)تصريح، مدير عام الديوان الوطني الجزائري للسياحة لمجلة سواح ماي2012:	http://www.sawah-mag.com/contactus.aspx
14)الجمهورية التونسية،وزارة السياحة الموقع الإلكتروني:	http:// www.me7tar.com/tonis.htm//: http
15)توروس يومية إلكترونية تونسية:	http://www.turess.com/akhbar/59672
16)وزارة السياحة التونسية:	http://www.tourisme.gov.tn/index.php?id=206
17)بوابة السياحة التونسية:	http://www.tourisme.gov.tn/index.php?id=41&L=

This is trial version
www.adultpdf.com

18)وزارة الثقافة المغربية:	http://www.minculture.gov.ma/index.php?option=com_cont
19)بني ملال المغربية :	http://www.beni-mellal.net/web/index.php?/category/5
20)أصداء المغرب إخبارية يومية:	http://www.assdae.com/
21)وزارة الخارجية المغربية:	http://www.diplomatie.ma/arab/Economie/lessecteursdel%
22)الحركة إخبارية يومية مغربية من موقع:	http://www.alharaka.ma/ar
23)وزارة السياحة المغربية:	http://www.tourisme.gov.ma/fr
24)ثقافتنا مدونة تونسية :	http://taquafatona.blogspot.com/2013/04/blog-ost_7651.html
25)من موقع وزارة السياحة التونسية:	http://www.tourisme.gov.tn/index.php
26)جريدة المساء يومية إخبارية جزائرية:	http://www.el-massa.com/ar/content/view/48439/38
27)البوابة الإخبارية العربية:	http://www.albawaba.com/ar
28)مجلة الوطني تصريح وزير السياحة:	http:////elwatani.com/ara/permalink/5012.html
29)الجلسات الوطنية للسياحة 15-14ابريل 2013:	http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/a
30)مخطط جودة السياحة PQT:	http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/PQTAlgerie
31)جريدة النهار تصريح لوزير السياحة الجزائري:	http://www.ennaharonline.com/ar/world_news/index
32)تصريح وزير السياحة، جريدة الجمهورية ، 11 أكتوبر 2013:	http://www.eldjoumhouria.dz/ar/index.php
33)يومية الخبر، تعليمة لتحرير الاستثمار في مناطق التوسّع السياحي:	http://www.elkhabar.com/ar/economie
34)مجلة جراييس إخبارية يومية جزائرية:	http://www.djazairess.com
35)المنظمة العالمية للسياحة (2012):	www2.unwto.org/ar http:/
36)معهد توبس ماكس التكنولوجي:	http://www.forum.topmaxtech.net/t54027.html
37)المملكة الأردنية وزارة الخارجية الأردنية، لمحة عن الأردن":	http://www.mfa.gov.jo/ar
38)الدستور جريدة يومية عربية تصدر عن الشركة الأردنية للصحافة والنشر:	http://www.addustour.com
39)المملكة الأردنية ،وزارة السياحة والآثار:	http://www.mota.gov.jo/ar
40)الموسوعة الحرة:	http://ar.wikipedia.org/wiki
41)حوار وزير السياحة والصناعات التقليدية مع جريدة الشروق اليومي 2011/10/24:	http://www.echoroukonline.com/ara/ar
42)مركز الجزائر للدراسات والإعلام :	http://almes-center.com/(2012)-/rpt
43)جريدة صوت الأحرار – يومية إخبارية جزائرية:	http://sawt-alahrar.net/oldsite/index.php
44)جريدة الجديدة ، يومية إخبارية :	http://aljadidah.com
45)جريدة الحوار– يومية إخبارية جزائرية :	http://www.elhiwarnet.com/index.ph
46)الموسوعة البيئية :	http://www.bee2ah.com
47)البوابة الجزائرية للطاقات المتجددة :	http://portail.cder.dz/ar/
48)السياحية المستدامة :	http://www.coastlearn.org/eg/why_socioimpacts.htm
49)الحياة العربية يومية جزائرية الكترونية:	http://www.elhayatalarabiya.com/home/index.php
50) الجغرافيون العرب:	http://www.arabgeographers.net/vb/showthread.
51)الآثار الإجتماعية –الثقافية،التنمية المستدامة:	http://www.coastlearn.org/eg/why_socioimpacts.htm

This is trial version
www.adultpdf.com

52)الرائد، جريدة جزائرية يومية إخبارية مستقلة تصدر عن: مؤسسة الرائد للإعلام الاتصال: http://elraaed.com/ara/apropos

53)مجلة النصر يومية إخبارية وطنية جزائرية : http://www.annasronline.com/index.php?option=

54) وكالة الإنباء الجزائرية: http://www.aps.dz/spip.php?page=article&id_article

55)وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية (2013) : http:// Www.mta.gov.dz/accueil.htm

56)وزارة تهيئة الإقليم والبيئة الجزائرية : http://www.matet.dz/

ثانيا: المراجع الأجنبية

I. الكتب

1) Beat Burgenmier, **Economie du développement durable**, 2eme Edition, DE BOECK, Bruxelles, Belgique, 2005.

2) Robinson, Harry. A geography of Tourism: Macdonald and Evans, London .(1976).

3) Walter Hunziker, **Le Tourisme, caractéristiques principales**, Editions Gurten, Berne, Paris AIEST: (1992)

4) Delchet Karen, **Qu'est ce que le développement durable**, Edition AFNOR, Paris, France, 2003.

5) Gallen spencer hull, a small business Agenda : **Trends in a Global Economy**, Univesity press of america,inc1986.

6) Goldsmith Eduard, **Le Tadel l'écologie Une vision écologique du monde**, Editions Du rocher, Monaco, 2002.

7) Graham bannck, Boxter, roy ree ,**the penguin distionnairy of economics,** 2nd ed :.Pengui books (New york), 1977.

8) KOENIG G, "**Management Stratégique, Vision, Manoeuvres Et Tactique**", Editions Nathan,Paris, (1983)

9) Harribey Jean – marie, **le Développement soutenable, Economica**, Paris 1998.

10) Heddar belkacem**, Role socio Economique Du Tourisme**, opu , Alger, 1988.

11) Lanquar Robert et Hollier Robert, **Le marketing touristique**, 7ÈME edition, France, 2002.

12) Pele-Bonard Catherine, **Marketing et Tourisme Un monde les Separe**, top Edition, France, 1998 .

13) Kotler Philip, Benard Dubois, Marketing Management, Public Union 8 ÈME Edition Paris 1994.

14) Sellal Mokhtar, Production Touristique: **Politique Touristique- Gestion Touristique**, societe Nationale D'edition et de Diffusion, Alger, 1980.

15) Tocquer Gerard et Langlois Michel, **le Marqueting Des Services** : LE Défi Relationnel, Edition Dunod, Paris , 1992.

16) Tocquer Gérard et Zins Michel, **Marketing du tourisme**, 2ÈME edition, Gaëtanmorin éditeur, France, 1999.

17) Ziady Hassan, **les vertus de la démocratie, economia** n°24 , Paris octobre 2002.

II. التقارير والمراسيم

1) Royaume Du Maroc Direction des Etudes et des Prévisions Financières,Ministère de l'Economie et des Finances Avril 2011.

2) Sahel (sidi Mohamed) et Kerris (Bahidja Cherifa), **Nouvelle politique Pour La Relance Du Secteur Touristique en Algérie: quelle stratégie?**, **Journée** de Recherche sur le Tourisme- 03/04/2009, Groupe sup de co la rochelle .

This is trial version
www.adultpdf.com

3) Bouchaour Mohammed Hariri, **Impact de la mondialisation culturelle sur le secteur Du Tourisme en** Algérie Revue Académique des sciences humaines et sociales, n° 6 - 2011.

4) Rapport sur « **La Configuration du Foncier en Algérie :une Contrainte au Développement Economique**, Alger, 2004.

5) **République d'Algérie** Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Etat **des projets D'investissement Dans le secteur du tourisme**, mars 2006.

6) **République d'Algérie**, Ministère du tourisme**, La Politique De Développent** du Secteur Du Tourisme En Algérie, Mars 2006,

7) **République d'Algérie**, MINISTERE DE PLANIFICATION ET DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE, RAPPORT GENERAL DU PLAN QUINQUENNAL ,1980- 1984.

8) **République d'Algérie,** Ministère De l'aménagement Du Territoire Et De l'environnement Et Du Tourisme, **Les Entrées Des Touristes Et Les Sorties Des Nationaux Aux Frontières Algériennes**, 2000-2008.

9) **République d'Algérie,** Ministère du tourisme, **éléments de la stratégie de développement durable du tourisme en Algérie**, horizon, 2010-2001.

10) **République d'Algérie,** Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Etat des projets d'investissement touristique Pour l'année 2007

11) **République d'Algérie ,**Rencontre Nationale des Offices de Tourisme ,Ministère du Tourisme et de l'Artisanat2010.

12) **République d'Algérie,** Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, La Carte de la Formation du secteur du Tourisme2011

13) **République d'Algérie,** Conseil national économique et social: rapport sur « la configuration Rencontre Nationale des Offices de Tourisme ,Ministère du Tourisme et de l'Artisanat، setif ،(2012) .

14) **République d'Algérie,** Ministère du Tourisme et de l'Artisanat 2013, Les Chiffres clés pour l'année 2012, Balance de paiement.

15) **République d'Algérie,** Ministère de L' aménagement Du Territoire De L'environnement Et tourisme Juin 2007

16) **République d'Algérie,** Ministère du tourisme: plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie, 2013

17) **République d'Algérie,** Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Les flux touristiques 2008 Direction .Plan Qualité2013.

18) **République d'Algérie,** Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ، Hébergements touristiques 2007 Direction Plan Qualité2013

19) **République d'Algérie,** Bilan du Developpement du Secteur Touristique , Ministere du Tourisme1990.

20) **République TUNISIENNE** ,Office national du tourisme tunisien, **Le Tourisme Tunisien en Chiffres**, 2007.

21) **République TUNISIENNE ,**MINISTÈRE DU TOURISME STRATEGIE 2016 Consultation Nationale 9 /10 /2010.

22) **Ministère du Commerce, de l'Industrie**, STRATEGIE NATIONALE de DEVELOPPEMENT DURABLE du TOURISME, **Burundi**, Coeur d'Afrique, des Postes et du Tourisme, Programme des Nations Unies pour le Développement au Burundi, Conception Visuelle par Sebastian Villar, July 2011.

23) **Marocain du Tourisme**, Rapport D'évaluation du Tourisme Marocain durant la période(2000)-(2008)

24) Organisation mondiale du tourisme, édition 2013

25) Organisation mondiale du tourisme, édition 2010.

26) Tourism Highlights, World Tourism Organization, Edition 2009.

This is trial version
www.adultpdf.com

27) World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).. Meeting Changing Expectations: Corporate social Responsibility,1999.

28) World Tourism Barometer Committed to Tourism, ‘‘**Travel and the Millennium Development Goals**’’, Volume 7, Issue 3, (October 2009),

III. دراسات ومواقع الكترونية

29) Matheson and Wall: **Tourism, economic, physical and social impacts**, Longman. Singapore. (1982) :	http:www.uaemex.mx/plin/psus/rev2/b01.html
30) Herman Van Scheullard, ‘‘The hospitality and tourism industry- Definition Of Tourism:	http :www.ukessays.co.uk /essays /tourism
31) République d'Algérie Ministère du Tourisme et de l'Artisanat:	http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/Administration
32) Algerie Office National du Tourisme	http://www.ont-dz.org/
33) République d'Algérie L'Ecole Nationale Supérieure du Tourisme :	:http://www.enst-algerie.com/index.php?option=com
34) République d'Algérie ,Office National des Statistiques	http: www.ons.dz/-Tourisme-.html
35) République d'Algérie ,Ministère du Tourisme et de l’Artisanat , 2013	http://www.mta.gov.dz/site_relooke/fr/IndicEco.php
36) République d'Algérie ,Le Schéma National d’Aménagement du Territoire:	: http://www.assisesdutourisme-dz.net/
37) The Global Competitiveness Report2012 – 2013:	http://reports.weforum.org/global-competitiveness-
38) Moroccan National Tourist Office - All rights reserved:	http://www.visitmorocco.com/convert.php?lg=&keep
39) World Tourism Organization:	http://www2.unwto.org/en2013
40) International Academy for the Study of Tourism;	http:www.polyu.edu.hk/htm/iast/home.html
41) **Nick Pattie, Global Hotel Distribution Survey, (Managing pricing and performance of c hannels to markets)** 2004	http://www.e-tid.com/travel-websites-undercut-hotels/

This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

الملحق رقم 01

This is trial version
www.adultpdf.com

Le tourisme à l'horizon 2030

Prévisions à long terme – un potentiel de croissance qui reste important

Tourism Towards 2030 (Le tourisme à l'horizon 2030) est une publication actualisée de l'OMT sur les perspectives à long terme et l'évolution du tourisme pour les deux décennies comprises entre 2010 et 2030. Elle est le fruit d'un vaste travail de recherche qui s'inscrit dans les prévisions à long terme régulièrement effectuées par l'OMT depuis les années 1990. Cette nouvelle étude succède à la publication *Tourisme : horizon 2020*, qui est devenue une référence dans le monde pour les prévisions du tourisme international.

Une composante essentielle de cette publication consiste en des prévisions quantitatives sur ce que sera la demande touristique internationale au cours d'une période commençant en 2010, année de référence, et se terminant en 2030. Ces prévisions actualisées sont complétées d'une analyse des facteurs sociaux, politiques, économiques, environnementaux et technologiques qui ont influencé le tourisme dans le passé, et qui devraient agir sur le secteur dans le futur.

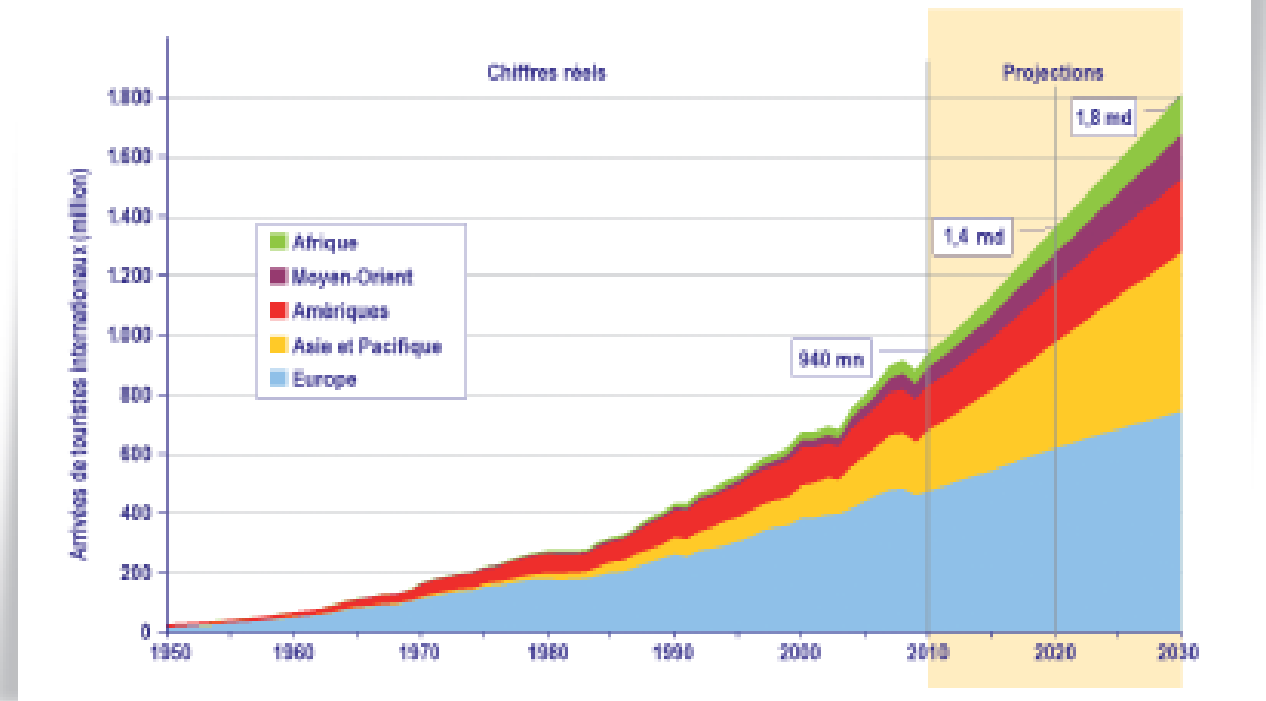
Selon ce même rapport, il est écrit que le nombre d'arrivées de touristes internationaux à l'échelle mondiale devrait croître en moyenne de 3,3 % par an de 2010 à 2030. Avec le temps, le rythme de la croissance ralentira peu à peu, de 3,8 % en 2012 à 2,9 % en 2030, mais les chiffres de référence iront en augmentant. En valeur absolue, le nombre d'arrivées de touristes internationaux devrait s'accroître de quelque 43 millions par an, comparativement à une progression moyenne de 28 millions par an pendant la période de 1995 à 2010. Si le rythme de croissance prévu se confirme, le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde atteindra 1,4 milliard en 2020 et 1,8 milliard en 2030.

Le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans les économies émergentes de l'Asie, de l'Amérique latine, de l'Europe centrale et orientale, de l'Europe de la Méditerranée orientale, du Moyen-Orient et de l'Afrique augmentera deux fois plus vite (+4,4 % par an) que dans les économies avancées (+2,2 % par an). En conséquence, on s'attend à ce que, d'ici 2015, les économies émergentes accueillent plus de touristes que les économies avancées. En 2030, 57 % des arrivées de touristes internationaux concerneront des destinations d'économies émergentes (contre 30 % en 1980) et 43 % des destinations d'économies avancées (contre 70 % en 1980).

Par région, l'augmentation la plus importante sera observée en Asie-Pacifique, où le nombre d'arrivées devrait s'accroître de 331 millions pour atteindre 535 millions en 2030 (+4,9 % par an). Le Moyen-Orient et l'Afrique devraient également voir le nombre d'arrivées plus que doubler pendant cette période, de 61 à 149 millions et de 50 à 134 millions, respectivement. L'Europe et les Amériques connaîtront, en comparaison, des croissances plus modestes, de 475 à 744 millions et de 150 à 248 millions, respectivement.

Grâce à une croissance plus rapide que dans les autres régions, on va assister à une augmentation de la part du marché mondial qui sera détenue par l'Asie-Pacifique (de 22 % en 2010 à 30 % en 2030), le Moyen-Orient (de 6 % à 8 %) et l'Afrique (de 5 % à 7 %). En conséquence, l'Europe et les Amériques verront leur part du tourisme mondial diminuer un peu plus – respectivement de 51 % à 41 %, et de 16 % à 14 % – principalement en raison d'une croissance plus lente dans les destinations confirmées de l'Amérique du Nord, de l'Europe du Nord et de l'Europe occidentale.

Le tourisme à l'horizon 2030 : tendance actuelle et prévisions 1950-2030



This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

الباب التاسع

أحكام انتقالية

المادّة 68 : تمنح مهلة أقصاها سنتان (2) ابتداء من تاريخ نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، للبلديات التي يتعدى عدد سكانها 100.000 نسمة ، للالتزام بأحكام المادة 29 من هذا القانون.

المادّة 69 : تمنح مهلة أقصاها خمس (5) سنوات ابتداء من تاريخ نشر هذا القانون لمستغلي المنشآت الموجودة لمعالجة النفايات الخاصة والنفايات المنزلية وما شابهها ، للالتزام بأحكام هذا القانون.

المادّة 70 : تمنح مهلة أقصاها ثلاث (3) سنوات ابتداء من تاريخ نشر هذا القانون لمستغلي المواقع الخاصة بالنفايات الهامدة ، للالتزام بأحكام هذا القانون.

المادّة 71 : تمنح مهلة أقصاها سنتان (2) ابتداء من تاريخ نشر هذا القانون حائزي المخزونات الموجودة للنفايات الخاصة والنفايات الخاصة الخطرة، للالتزام بأحكام هذا القانون.

المادّة 72 : ينشر هذا القانون في الجريدة الرّسميّة للجمهوريّة الجزائريّة الدّيمقراطيّة الشّعبيّة.

حرّر بالجزائر في 27 رمضان عام 1422 الموافق 12 ديسمبر سنة 2001.

عبد العزيز بوتفليقة

قانون رقم 01 - 20 مؤرّخ في 27 رمضان عام 1422 الموافق 12 ديسمبر سنة 2001، يتعلّق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة.

إنّ رئيس الجمهوريّة،

- بناء على الدستور، لاسيما المواد 119 (الفقرة 3) و120 و122 و126 منه،

- وبمقتضى القانون رقم 83 - 03 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1403 الموافق 5 فبراير سنة 1983 والمتعلق بحماية البيئة،

- وبمقتضى القانون رقم 83 - 17 المؤرخ في 5 شوال عام 1403 الموافق 16 يوليو سنة 1983 والمتضمن قانون المياه، المعدّل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 84 - 12 المؤرخ في 23 رمضان عام 1404 الموافق 23 يونيو سنة 1984 والمتضمن النظام العام للغابات، المعدّل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 87 - 03 المؤرخ في 27 جمادى الأولى عام 1407 الموافق 27 يناير سنة 1987 والمتعلق بالتهيئة العمرانية،

- وبمقتضى القانون رقم 88 - 02 المؤرخ في 22 جمادى الأولى عام 1408 الموافق 12 يناير سنة 1988 والمتعلق بالتخطيط،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 08 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالبلدية،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 09 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالولاية،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 25 المؤرخ في 2 جمادى الأولى عام 1411 الموافق 18 نوفمبر سنة 1990 والمتضمن التوجيه العقاري، المعدّل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 29 المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1411 الموافق أوّل ديسمبر سنة 1990 والمتعلق بالتهيئة والتعمير، المعدّل،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 30 المؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1411 الموافق أوّل ديسمبر سنة 1990 والمتضمن قانون الأملاك الوطنية،

- وبمقتضى القانون رقم 91 - 11 المؤرخ في 12 شوال عام 1411 الموافق 27 أبريل سنة 1991 الذي يحدد القواعد المتعلقة بنزع الملكية من أجل المنفعة العمومية،

- وبمقتضى القانون رقم 98 - 04 المؤرخ في 20 صفر عام 1419 الموافق 15 يونيو سنة 1998 والمتعلق بحماية التراث الثقافي،

This is trial version
www.adultpdf.com

- وبمقتضى القانون رقم 99 - 09 المؤرخ في 15 ربيع الثاني عام 1420 الموافق 28 يوليو سنة 1999 والمتعلق بالتحكم في الطاقة،

- وبمقتضى القانون رقم 2000 - 03 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1421 الموافق 5 غشت سنة 2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد وبالمواصلات السلكية واللاسلكية،

- وبمقتضى القانون رقم 01 - 13 المؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1422 الموافق 7 غشت سنة 2001 والمتضمن توجيه النقل البري وتنظيمه،

- وبمقتضى الأمر رقم 01 - 03 المؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422 الموافق 20 غشت سنة 2001 والمتعلق بتطوير الاستثمار،

- وبمقتضى الأمر رقم 01 - 04 المؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422 الموافق 20 غشت سنة 2001 والمتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها وخوصصتها،

- وبمقتضى القانون رقم 01 - 18 المؤرخ في 27 رمضان عام 1422 الموافق 12 ديسمبر سنة 2001 والمتعلق بالقانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

- وبمقتضى القانون رقم 01 - 19 المؤرخ في 27 رمضان عام 1422 الموافق 12 ديسمبر سنة 2001 والمتعلق بتسيير النفايات ومراقبتها وإزالتها،

- وبعد مصادقة البرلمان،

يصدر القانون الآتي نصه :

المادة الأولى : تحدد أحكام هذا القانون التوجيهات والأدوات المتعلقة بتهيئة الإقليم، التي من طبيعتها ضمان تنمية الفضاء الوطني تنمية منسجمة ومستدامة ، على أساس:

- الاختيارات الاستراتيجية التي تقتضيها تنمية من هذا النوع،

- السياسات التي تساعد على تحقيق هذه الاختيارات،

- تدرج أدوات تنفيذ سياسة تهيئة الإقليم وتنميته المستدامة.

الفصل الأول

مبادىء وأسس السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة

المادة 2 : تبادر الدولة بالسياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة وتديرها.

تسير هذه السياسة بالاتصال مع الجماعات الإقليمية في إطار اختصاصات كل منها، وكذلك بالتشاور مع الأعوان الاقتصاديين والاجتماعيين للتنمية.

يساهم المواطنون في إعداد هذه السياسة وتنفيذها طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

المادة 3 : يقصد في مفهوم هذا القانون، بالمصطلحات الآتية :

- **برنامج الجهة لتهيئة الإقليم وتنميته** : الإقليم الذي يتكون من عدة ولايات متاخمة، لها خصوصيات فيزيائية ووجهات إنمائية مماثلة أو متكاملة،

- **الحاضرة الكبرى** : التجمع الحضري الذي يشمل على الأقل ثلاثمائة ألف (300.000) نسمة ولها قابلية لتطوير وظائف دولية، زيادة على وظيفتها الجهوية والوطنية،

- **المساحة الحضرية** : الإقليم الذي يجب أخذه بعين الاعتبار بهدف التحكم في تنمية حاضرة كبرى وتنظيمها،

- **المدينة الكبيرة** : تجمع حضري يشمل على الأقل مائة ألف (100.000) نسمة،

- **المدينة الجديدة** : تجمع حضري مبرمج بكامله في موقع خال أو انطلاقا من خلية أو خلايا السكنات الموجودة،

- **المنطقة الحساسة** : فضاء هش من الناحية الإيكولوجية، لايمكن أن تنجز فيها عمليات إنمائية دون مراعاة خصوصيتها.

المادة 4 : تهدف السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة إلى تنمية مجموع الإقليم الوطني تنمية منسجمة على أساس خصائص ومؤهلات كل فضاء جهوي.

This is trial version
www.adultpdf.com

كما تهدف إلى :

– خلق الظروف الملائمة لتنمية الثروة الوطنية والتشغيل،

– تساوي الحظوظ في الترقية والازدهار بين جميع المواطنين،

– الحث على التوزيع المناسب بين المناطق والأقاليم لدعائم التنمية ووسائلها باستهداف تخفيف الضغوط على الساحل والحواضر والمدن الكبرى وترقية المناطق الجبلية والهضاب العليا والجنوب،

– دعم الأوساط الريفية والأقاليم والمناطق والجهات التي تعاني صعوبات وتفعيلها من أجل استقرار سكانها،

– إعادة توازن البنية الحضرية وترقية الوظائف الجهوية والوطنية والدولية للحواضر والمدن الكبرى،

– حماية الفضاءات والمجموعات الهشة إيكولوجيا واقتصاديا وتثمينها،

– حماية الأقاليم والسكان من الأخطار المرتبطة بالتقلبات الطبيعية،

– الحماية والتثمين والتوظيف العقلاني للموارد التراثية والطبيعية والثقافية وحفظها للأجيال القادمة.

المادة 5 : تساهم السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة في إرساء دعائم الوحدة الوطنية وتدمج ، بالإضافة إلى الأهداف التنموية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، متطلبات السيادة الوطنية والدفاع عن الإقليم .

المادة 6 : تضمن الدولة في إطار السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة ما يأتي:

– تعويض العوائق الطبيعية والجغرافية للمناطق والأقاليم لضمان تثمين الإقليم الوطني وتنميته وإعماره بشكل متوازن،

– تصحيح التفاوتات في الظروف المعيشية من خلال نشر الخدمات العمومية ومحاربة كل أسباب التهميش والإقصاء الاجتماعيين في الأرياف والمدن على حد سواء،

– دعم الأنشطة الاقتصادية بحسب أماكن تواجدها وضمان توزيعها وانتشارها وتدعيمها في كافة تراب الإقليم الوطني،

– التحكم في نمو المدن وتنظيمه.

الفصل الثاني

توجيهات السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة وأدواتها

القسم الأول

المخطط الوطني لتهيئة الإقليم

المادة 7 : أدوات تهيئة الإقليم وتنميته المستدامة هي:

– المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الذي يترجم بالنسبة لكافة التراب الوطني، التوجيهات والترتيبات الاستراتيجية الأساسية فيما يخص السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة،

– المخطط التوجيهي لتهيئة السواحل الذي، بالتوافق مع المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، يترجم بالنسبة للمناطق الساحلية والشريط الساحلي للبلاد الترتيبات الخاصة بالمحافظة على الفضاءات الهشة والمستهدفة وتثمينها،

– المخطط التوجيهي لحماية الأراضي ومكافحة التصحر،

– المخططات الجهوية لتهيئة الإقليم التي تحدد، بالتوافق مع المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، التوجيهات والترتيبات الخاصة بكل برنامج جهة، كما تتكفل المخططات الجهوية الخاصة بالمناطق الساحلية بالترتيبات المتضمنة في المخطط الوطني لتهيئة السواحل،

– مخططات تهيئة الإقليم الولائي التي توضح وتثمن، بالتوافق مع المخطط الجهوي لتهيئة الإقليم المعني، الترتيبات الخاصة بكل إقليم ولاية، في مجال ما يأتي ،على الخصوص:

– تنظيم الخدمات العمومية،

– مساحات التنمية المشتركة بين البلديات،

– البيئة،

– السلم الارتفاقي والحدود المتعلقة بالبنية الحضرية،

This is trial version
www.adultpdf.com

- المخططات التوجيهية لتهيئة فضاءات الحواضر الكبرى التي تحل محل مخططات تهيئة الأقاليم الولائية لفضاءات الحواضر الكبرى المحددة في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم.

المادة 8 : يترجم المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الذي يدعى في صلب النص " المخطط الوطني" ويطور التوجيهات الاستراتيجية الأساسية لتهيئة الإقليم الوطني وتنميته المستدامة، ويشكل الإطار المرجعي لعمل السلطات العمومية.

يحدد المخطط الوطني الفضاءات والأقاليم الخاضعة للأحكام المنصوص عليها في المادتين 57و58 أدناه.

المادة 9 : ترمي التوجيهات الأساسية المحددة في المخطط الوطني بالإضافة إلى الغايات المحددة في المادة 4 أعلاه، إلى ضمان:

- الاستغلال العقلاني للفضاء الوطني وخاصة توزيع السكان والأنشطة الاقتصادية على كافة الإقليم الوطني،

- تثمين الموارد الطبيعية واستغلالها العقلاني،

- التوزيع الفضائي الملائم للمدن والمستوطنات البشرية من خلال التحكم في نمو التجمعات السكنية وقيام بنية حضرية متوازنة،

- دعم الأنشطة الاقتصادية المعدة حسب الأقاليم،

- حماية التراث الايكولوجي الوطني وتنميته،

- حماية التراث التاريخي والثقافي وترميمه وتثمينه،

- تماسك الإختيارات الوطنية مع المشاريع التكاملية الجهوية.

المادة 10 : يضع المخطط الوطني المبادىء التي تحكم تموقع البنى التحتية الكبرى للنقل والتجهيزات الكبرى والخدمات الجماعية ذات المنفعة الوطنية.

ويدمج مختلف سياسات التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تساهم في تنفيذ السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم.

ويحدد مساحات الحواضر الكبرى التي ستكون محل مخطط توجيهي للتهيئة المنصوص عليه في المادة 50 أدناه.

المادة 11 : يحدد المخطط الوطني مبادىء وأعمال التنظيم الفضائي المتعلقة بما يأتي:

- الفضاءات الطبيعية والمساحات المحمية ومناطق التراث التاريخي والثقافي،

- تعبئة الموارد المائية وتوزيعها وتحويلها،

- برامج الاستصلاح الزراعي والري،

- البنى التحتية الكبرى للمواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية وتوزيع الطاقة ونقل المحروقات،

- البنى التحتية للتربية والتكوين والبحث،

- انتشار الخدمات العمومية للصحة والثقافة والرياضة،

- البنى التحتية السياحية،

- المناطق الصناعية والأنشطة.

المادة 12 : يأخذ المخطط الوطني في الحسبان الخصوصيات المميزة للإقليم.

وبهذه الصفة :

- يحدد لبعض أجزاء الإقليم استراتيجية مكيفة، ترمي إلى إعادة التوازنات الضرورية لديمومة التنمية أو إلى خلق الظروف المواتية لهذه التنمية وترقيتها،

- يحدد الأعمال التكاملية الضرورية لحماية الفضاءات الحساسة التي هي الساحل والمرتفعات الجبلية والسهوب والجنوب والمناطق الحدودية وتثمينها.

المادة 13 : يحدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم كيفيات ضمان المحافظة على المناطق الساحلية والجرف القاري وحمايتها وتثمينها، والمرتبطة بما يأتي :

- احترام شروط تمدن المناطق الساحلية وشغلها،

- تنمية أنشطة الصيد البحري والأنشطة الأخرى،

- حماية المناطق الساحلية والجرف القاري ومياه البحر من أخطار التلوث،

- حماية المناطق الرطبة،

- حماية التراث الأثري المائي.

This is trial version
www.adultpdf.com

المادة 14 : يحدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم تنمية اقتصاد متكامل في المرتفعات الجبلية مرتبطة بما يأتي :

- حشد الموارد المائية بواسطة التقنيات المناسبة،

- تطوير الزراعة وتربية المواشي بالمناطق الجبلية وكذلك إحداث المساحات المسقية الموائمة وتحسينها،

- إعادة تشجير الغابات والحفاظ على التراث الغابي واستغلاله العقلاني،

- حماية التنوع البيولوجي،

- الاستغلال الأفضل للموارد المحلية بتطوير الصناعة التقليدية والسياحة والأنشطة الترفيهية التي تلائم الاقتصاد الجبلي،

- ترقية الصناعة الصغيرة والمتوسطة الملائمة للاقتصاد الجبلي،

- فك العزلة بتحسين شبكات المواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية،

- ترقية مراكز للحياة وإقامة التجهيزات والخدمات الضرورية للعيش في هذه المناطق،

- حماية الممتلكات الثقافية والتاريخية والأثرية والمحافظة عليها وتثمينها.

المادة 15 : يحدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الأحكام المتعلقة بترقية مناطق الهضاب العليا وتهيئة السهوب، التي ترتكز على :

- مواءمة نظام الاستغلال الريفي للخصوصيات السهبية،

- الاستغلال العقلاني لكل الموارد المائية السطحية والباطنية المحلية وتحقيق التحويلات الضرورية لها انطلاقا من الشمال ومن الجنوب،

- مكافحة التصحر والاستغلال الفوضوي للأراضي،

- حماية المساحات الرعوية وتجهيزها،

- تجنيد سكان السهوب وإشراكهم في أعمال التنمية،

- ترقية مراكز للحياة،

- ترقية نسيج صناعي يتمحور حول نشاطات مهيكلة ومقاولاتية ومؤسسات صغيرة ومتوسطة قليلة الاستهلاك للماء،

- تطوير وتحديث البنى التحتية للنقل البري والسكك الحديدية والنقل الجوي،

- تطوير الخدمات والبنى التحتية الخاصة بالتكوين والبحث،

- تطوير البنى التحتية للمواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية والإعلام،

- الترقية الاجتماعية عن طريق القيام بأعمال في مجالي التربية والصحة،

- تطوير التراث الثقافي والحفاظ عليه،

- رصد ومتابعة تطور المجال السهبي باستمرار.

المادة 16 : يأخذ المخطط الوطني لتهيئة الإقليم بعين الاعتبار المميزات والخصوصيات الطبيعية والاقتصادية لمناطق الجنوب ويحدد الأحكام الخاصة بالمناطق المتجانسة الكبرى من أجل :

- ترقية الموارد الطبيعية وخاصة الموارد المائية الباطنية الحفرية والسطحية،

- حماية المنظومات البيئية في الواحات والصحاري،

- ترقية الزراعة الصحراوية والواحات،

- تثمين الطاقة الزراعية واستصلاح أراض جديدة عن طريق إعداد برنامج عقلاني لاستغلال الموارد المائية الباطنية استغلالا طويل الأمد وتطبيقه،

- حماية المناطق الرعوية وتجهيزها،

- تطوير البنى التحتية للنقل البري والسكك الحديدية والنقل الجوي وتوسيعها وعصرنتها،

- الترقية الاجتماعية عن طريق القيام بأعمال في مجالي الصحة والتربية،

- تطوير أنشطة اقتصادية توائم ظروف هذه المناطق وخاصة الصناعات المرتبطة باحتياجات السكان وتثمين المحروقات والموارد المنجمية،

This is trial version
www.adultpdf.com

- تطوير الخدمات والتجهيزات الخاصة بالتكوين والبحث،

- إنشاء مراكز للحياة مطابقة لخصوصيات هذه المناطق ولأنشطتها،

- تطوير البنى التحتية للمواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية والإعلام،

- مكافحة التصحر والترمل وصعود المياه،

- الحفاظ على التراث الطبيعي والثقافي والتاريخي في هذه المناطق وتثمين التراث السياحي الصحراوي،

- رصد حالة موارد حقول الماء الجوفية ومتابعتها باستمرار.

المادة 17 : يحدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم ترتيبات خاصة بتنمية المناطق الحدودية والمتعلقة، على وجه الخصوص، بالتكفل بما يأتي :

- ترقية مراكز للحياة وامتصاص الاختلالات فيما يخص التجهيزات المرتبطة بالإطار المعيشي للسكان المعنيين والمحافظة على ثرواتهم الطبيعية والحيوانية،

- فك العزلة وتنمية شبكات المواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية،

- تثمين الموارد المحلية وتطوير أنشطة تكميلية في إطار الاندماج المغاربي، ومايترتب عليه من مبادلات وتعاون حدودي وتنمية مشتركة مع المناطق والبلدان المجاورة.

المادة 18 : يحدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم أحكاما وترتيبات خاصة بالتنمية للمناطق الواجب ترقيتها تنمية مدعمة وتفاضلية.

تشمل المناطق الواجب ترقيتها :

- الأقاليم المتميزة بضعف مستوى تنميتها الاقتصادية وبعدم كفاية نسيجها الصناعي والخدماتي،

- الأقاليم الريفية المحرومة التي تتميز بضعف مستوى تنميتها الاقتصادية وتواجه صعوبات خاصة،

- المناطق الحضرية الحساسة المتميزة بوجود مجموعات كبرى أو أحياء سكنية متدهورة وباختلال توازن حاد بين السكن والشغل،

- وكل إقليم آخر يتطلب أعمالا ترقوية خاصة من طرف الدولة.

تحدد المناطق الواجب ترقيتها وتصنيفها والإجراءات النوعية الخاصة بها عن طريق التنظيم.

القسم الثاني

إعداد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم والمصادقة عليه

المادة 19 : تتولى الدولة إعداد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم.

المادة 20 : يصادق على المخطط الوطني لتهيئة الإقليم عن طريق التشريع لمدة 20 سنة.

يكون موضوع تقييمات دورية وتحيين كل خمس (5) سنوات، حسب الأشكال نفسها.

القسم الثالث

المجلس الوطني لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة

المادة 21 : ينشأ مجلس وطني لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة.

يضطلع، على وجه الخصوص، بالمهام الآتية :

- اقتراح التقييم والتحديث الدوري على المخطط الوطني لتهيئة الإقليم،

- المساهمة في إعداد المخططات التوجيهية الوطنية والجهوية،

- يقدم تقريرا سنويا عن تنفيذ المخطط الوطني لتهيئة الإقليم أمام غرفتي البرلمان،

تحدد تشكيلة المجلس الوطني لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة، ومهامه وكيفيات سيره عن طريق التنظيم.

الفصل الثالث

تنفيذ المخطط الوطني لتهيئة الإقليم

القسم الأول

المخططات التوجيهية للبنى التحتية الكبرى والخدمات الجماعية ذات المنفعة الوطنية

المادة 22 : دون الإخلال بالأحكام القانونية في هذا المجال، تؤسس مخططات توجيهية خاصة بالبنى التحتية الكبرى والخدمات الجماعية ذات المنفعة الوطنية.

This is trial version
www.adultpdf.com

الملحق رقم 03

This is trial version
www.adultpdf.com

الأقطاب السياحية السبعة (7) المتميزة هي :

القطب السياحي المتميز شمال شرق :

(سكيكدة ،قالمة ،عنابة ،الطارف ،سوق أهراس ،تبسة) يتميز بأكثر من 300 كلم من الساحل و874.000 هكتار من الغابات .كما يعتبر نقطة إرتكاز وبمثابة القاطرة للتنمية السياحية على المستوى الجهوي ،يتوفر هذا القطب على إمكانيات كبيرة لتطوير السياحة في الجبال.



القطب السياحي المتميز شمال وسط:

(الجزائر العاصمة ،تيبازة ،البليدة ،بومرداس ، الشلف ، عين الدفلى ،المدية ، البويرة ،تيزي وزو وبجاية)يتميز هذا القطب بموقعه في وسط البلاد وعلى واجهة البحر الأبيض المتوسط يمتد على مسافة 615 كلم ، أي 51% من الشريط الساحلي الجزائري ، وهذا يخدم البنية التحتية التي تمثل أساس التنمية ،كما يضم وسائل الراحة الإستثنائية على المستوى الوطني والدولي يقدم خدمات متنوعة لأقطاب النشاطات الصناعية ولما له من إمكانيات تساعده على جذب السياح.



القطب السياحي المتميز شمال غرب :

(وهران ،عين تيموشنت ، تلمسان ،مستغانم ،معسكر ،سيدي بلعباس وغليزان) بموقعه الجغرافي الاستراتيجي الهام الذي يقع على أقل من ساعتين من السوق الرئيسي لهواة السياحة لأوروبا (إسبانيا). هذا القطب صاحب مساحة 35.000 كلم² متنوع ببنية التحتية متطورة ويضم معدات معتبرة على المستوى الوطني والدولي ،خدمات ، صناعة ثقيلة، إمكانيات ثرية ومتنوعة مم يشجع جاذبية اكبر و شغور غير مدروس لبعض الفضاءات السياحية.

This is trial version
www.adultpdf.com



القطب السياحي المتميز جنوب شرق :

(غرداية ،بسكرة والوادى) يغطي مساحة تقدر ب160.000 كلم ² و عدد سكان يقدر بحوالي 1.5 مليون نسمة . علاوة على ذلك ، مع غرداية باعتبارها مركزا رئيسيا وبوابة للصحراء.



القطب السياحي المتميز جنوب غرب :

(أدرار ، بشار) يغطي مساحة تقدر ب 603000 كلم ² " توات – غورارة " هو قطب تراث ذو بعد عالمي مع فضاء جديد ديناميكي متين (المنطقة الحدودية).

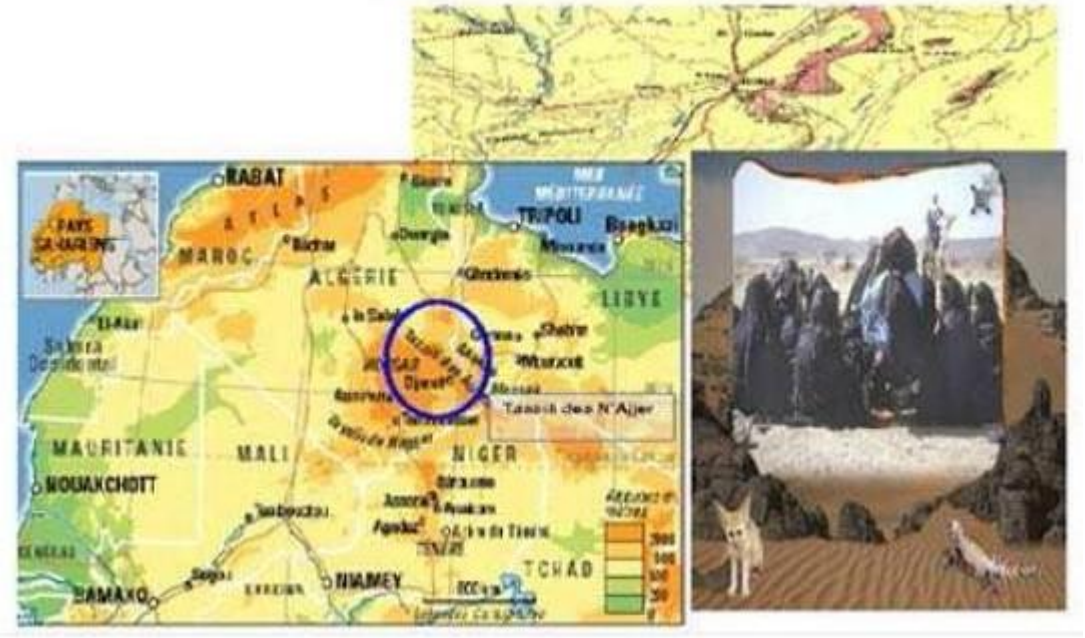


القطب السياحي المتميز الكبير لطاسيلي:

This is trial version
www.adultpdf.com

" الطاسيلي" يقع أساسا في ولاية إليزي و يغطي مساحة تقدر بحوالي 284.618 كلم ² . به ثروات طبيعية، ثقافية وآ ثار تمثل 03 أصول رئيسية تساهم في تنمية السياحة في المستقبل . المساحات الكبيرة في هذا القطب المتميز تشمل لوحات الكهوف تعبر عن قيمتها التاريخية العالية. هذا التراث الثقافي محمي من طرف الحظيرة الوطنية (الحظيرة الوطنية بالطاسيلي)وقد صنف كتراث عالمي من قبل اليونسكو عام 1981 م

القطب السياحي المتميز الكبير " الهقار"



القطب السياحي المتميز الكبير(الأهقار) :

(الأهقار) يغطي مساحة تقدر بحوالي 456200 كلم² من التراب الوطني هذا القطب محاط بولاية تمنراست و هو إقليم واسع يزخر بالكثير من الثروات الطبيعية والثقافية. كما يمكن أن ينظر إليها على أنها قطب إستراتيجي، وإرتفاع القيمة في تنمية السياحة في المنطقة. التراث الأثري، الطبيعي و الثقافي المتمثل في الهقار هو جدير بأن يستغل ليس فقط على الصعيد السياحي ولكن أيضا على الصعيد الإقتصادي والإجتماعي.

القطب السياحي المتميز الكبير : (الأهقار)



This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com

التعاون فيما بين القطاعات

لهيكلة العرض السياحي، بالضرورة طابع تواصلي، وهي هيكلة تأخذ بعين الاعتبار منطق كل قطاع.

المجالات	التفاعل مع السياحة
التهيئة والبيئة (السكن، التعمير والمالية).	التخطيط العقاري في إطار مخطط شغل الأراضي، التحكم في الانعكاسات، تسيير الموارد والتدفقات
الأشغال العمومية والنقل.	إنشاء طرق دخول وطرق النقل.
الماء والطاقة.	استخدام الموارد المائية ومختلف أنواع الطاقة.
التعليم والتكوين والمهني	تكوين المستخدمين.
الصناعة التقليدية	تطوير المنتوجات، التكوين المهني، إنشاء شبكات البيع.
الثقافة	إعادة الاعتبار للمباني مثل القصور، المواقع القديمة وأحياء التقاليد.
الداخلية والجماعات المحلية والشؤون الدينية	استغلال التقاليد والأعياد الدينية.
التجارة، الصناعة، المساهمة والفلاحة	تشكيل عرض مهيكل وذي نوعية.
إلخ (كل القطاعات المعنية)	

■ ويعادل وضع أداة التشاور على المستوى الوطني وكذا المحلي، فضاء استشاري يعمل في اتجاه رأسي للمشاريع.

لقد أصبح هذا المبدأ مقبولا على المستوى الوطني ويجب توسيعه الى الولايات الأخرى.

This is trial version
www.adultpdf.com



This is trial version
www.adultpdf.com